

insyle

Nº 233 • SEPTIEMBRE 2024

21

**TRUCOS DE
MAKE UP
DE PASARELA**

MASTERCLASS
PARA DESPUNTAR
ESTA TEMPORADA

**VUELTA A CLASE
COMIENZA
EL CURSO
CON ESTILO
COLLEGE**

*10 tendencias
de otoño
para ir a la*

Moda

PIEL, FALDAS, TRENCHS
RENOVADOS, PUNTO,
CUADROS, ABRIGOS DE
PELUCHE, VOLANTES...

En portada
**NICOLE
WALLACE**

ESPAÑA 4 € • CANARIAS 4,15 €
0 0 2 3 3
8 428019 000538



CHANEL



Sep.

SUMARIO

- 6 EDITORIAL
Carta de la directora.
- 9 LA SESIÓN
- 10 5 MINUTOS CON...
Zoe Bonafonte.
- 11 EL DESEO
Botas rebeldes (con causa).

EL LOOK

- 12 EN CUEROS
Outfits de piel para toda ocasión.

LO QUIERO

- 14 BOLSOS DE OTOÑO
Se amplía la gama de color.

REPORTAJES

- 20 NICOLE WALLACE
Cum laude.



GIVENCHY

ULLA JOHNSON

54

TRENDY & CO
Volantes, cuadros,
animal print,
peluche y todas las
tendencias de la
temporada.

32

MIL Y UNA NOCHES
El amor de Yves Saint Laurent por Marrakech inspira el nuevo dresscode.



- 32 OASIS DE SOFISTICACIÓN
La herencia de Yves Saint Laurent.
- 44 AIDA FOLCH
El tesoro de la isla.

COMPRAS

- 53 ESPECIAL TENDENCIAS O/I
La moda que viene.
- 62 ACIERTOS
La falda: prenda de la temporada.
- 68 MANUAL DE ESTILO PARA JEFAZAS
Cómo elevar tus looks de oficina.
- 70 REINO ANIMAL
Fauna en la maison Cartier.
- 72 TRENCH REVOLUTION
La reinención de la gabardina.

- 89 DÍA Y NOCHE
Mono halter.
- 90 LA WISH LIST DE...
Montse Álvarez.
- 92 FONDO DE ARMARIO
Zapatos colegiales para adultos.
- 94 EN LA CRESTA DE LA OLA
La colección más navy e internacional de Lola Casademunt.

ESPECIAL CABELLO

- 75 EN MANOS EXPERTAS
Las actrices Aïcha Villaverde, María de Nati y Gabriela Andrada se alían con los mejores estilistas para contarnos todo sobre el cuidado de su (y tu) pelo.

FOTOS: DANNIEL ROJAS, JAVIER BIOSCA, LAUNCHMETRICS SPOTLIGHT, D.R.

ESPECIAL NIÑOS

- I00** DEPORTE EXTRAESCOLAR
Looks para sus muchas actividades.
- I06** PREPARADOS, LISTOS, ¡YA!
Prendas y accesorios sport.
- I10** COSAS DE NIÑOS
Todo para su ocio.
- I14** EXTRA DE MIMOS
La vuelta al cole más placentera.

BELLEZA

- I16** BELLAS ARTES
Olivia Baglivi explora el nuevo make up de Chanel.
- I22** VERSIÓN ROSÉ
Aromas para ver la vida en rosa.
- I24** BEAUTY TIPS...
...de este otoño/invierno.
- I28** AL HABLA CON
Eva Longoria.
- I30** ¿EL ÚLTIMO FIESTÓN?
ENTRENAR
Bueno para la salud... y tus relaciones sociales.
- I34** LA EXPERTA
Monique Eastwood.
- I35** LO HEMOS PROBADO
Sérum facial.
- I36** GREGORIS PYRPYLIS
Entrevistamos al Director creativo de maquillaje de Hermès.
- I38** NEWS
Noticias de belleza.

EL PULSO

- I41** GUÍA DE ACTUALIDAD
La agenda cultural más completa.
- I46** QUIÉN ES QUIÉN
Blanca Zurita.

44

PURO CINE
El otoño más romántico de Aida Folch.



62

MÁS QUE FALDAS
Conviértelas en tu básico de otoño y encuentra sus complementos perfectos.



106

PARA NOTA
La moda infantil se alía con el deporte para un resultado sobresaliente.



SEPTIEMBRE 2024



MARTA FLORES
Directora de InStyle



¿Vistes para ser diferente o para sentir que perteneces al grupo? En la pasada semana de la moda parisina, en uno de los desfiles otoño/invierno 2024-25 más aclamados por público y crítica, el debut de la diseñadora Chemena Kamali para Chloé, la primera fila se llenó de *celebrities* que lucían el mismo modelo de calzado. Una foto para el recuerdo que no solo llama la atención por su sincronía estética, sino también por las conclusiones que podemos extraer de la imagen. La sandalia de cuña *Maxime* cuesta 990 euros: si vas a gastarte ese dinero, ¿de verdad quieres que la lleven también tus amigas? Si asistes como invitada a un *front row* de alta moda, ¿de verdad quieres que el resto de *sitting* lo ocupen replicantes? Pues hay múltiples respuestas, como para casi todo en la vida. Un accesorio, una prenda o incluso un *print* pueden actuar como símbolo de estatus y orgullo colectivo (todas las mujeres que llevan estas plataformas forman parte automáticamente de la *crew* de Kamali, por ejemplo). Pero también pueden ser una inversión para todo lo contrario: querer distinguirse del resto y potenciar la identidad y la individualidad. Particularmente, he de confesar que yo soy más de la segunda cuerda, pero entiendo que el relevo generacional nos ha enseñado a hermanarnos mejor y, en consecuencia, a utilizar el estilismo como expresión de una comunidad. Recuerdo una vez que, yendo a buscar a mi hija al autobús que le traía de excursión, me dijo: “Mamá, ¿te puedes vestir como las otras madres? Es que se te reconoce de lejos”. Y aunque en ese momento me hubiera gustado pertenecer a algo similar a la *crew* de Kamali pero versión escolapias, he de confesar que, hoy por hoy, es el mejor cumplido que me han hecho. Y tú, ¿de qué *team* eres? ■

Marta

HAIRLAB
Salerm
COSMETICS

Disfruta del verano con Hairlab Solar de Salerm Cosmetics

Protección integral
para un cabello suave,
brillante y saludable
bajo el sol.



Salerm
COSMETICS

www.salerm.com



InStyle

DIRECTORA MARTA FLORES *marta-flores@rba.es*

SUBDIRECTORA Y EDITORA DE BELLEZA Cantal Ceña *cantal-cena@rba.es*

DIRECTORA DE ARTE Lupe García Tardón *lupe-garcia@rba.es*

REDACTORA JEFE Chus Salido *chus-salido@rba.es*

JEFE DE MAQUETA Raúl Cánovas *raul-canovas@rba.es*

TRATAMIENTO DE IMAGEN Óscar Avilés *oscar-aviles@rba.es* y Sergi Gual *sergi-gual@rba.es*

EDITORA WEB Diana Matilla *diana-matilla@rba.es*

REDACTORA WEB Andrea Navarro *andrea-navarro@rba.es*

COLABORADORES Francesca Rinciari, Piluca Valverde, Amaia Artazcoz (Moda). Carlos Megía, Sara Trueba, Marta Cámara, Marita Alonso (Redacción). Lauren Izquierdo, Olga Tamarit, Rocío Ponce, Ángela F. Del Río, Claudia Pérez, Mónica Heras, Juan Carlos Sastre (Web). Javier Biosca, Dannel Rojas (Fotografía). Ángela del Val, Paz Galiana (Producción). Agustina Mountford (Ilustración).

REDACCIÓN López de Hoyos, 141, 1ª planta. 28002 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00. *E-mail: instyle@rba.es*

RBA PUBLIVENTAS

CEO ENRIQUE BLANC

DIRECTORA GENERAL Ariadna Hernández

DIRECTORA COMERCIAL NACIONAL DE REVISTAS FEMENINAS María del Mar Casals

DIRECTOR DE NEGOCIO DIGITAL Serafín González **SUBDIRECTOR DE ESTRATEGIA COMERCIAL DIGITAL** Iván Lorente

SOLUCIONES DE IMPLEMENTACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL Alicia Cortés

MADRID

DIRECTORAS DE PUBLICIDAD Belén González, Belén Pérez-Bedmar

SUBDIRECTORA DE PUBLICIDAD Silvia Montalbán

JEFA DE PUBLICIDAD Juncal Utrilla

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Yolanda Trigueros

PUBLICIDAD MADRID López de Hoyos, 141, 1ª planta. 28002 Madrid. Teléfono: 91 510 66 00.

BARCELONA Y LEVANTE:

DIRECTORA DE PUBLICIDAD Ángela Carpio **DIRECTORAS DE PUBLICIDAD** Cristina Hombravella, Olga Fernández

COORDINADORA DE PUBLICIDAD Ainhoa Argente del Castillo

PUBLICIDAD BARCELONA Diagonal, 189. 08018 Barcelona. Teléfono: 93 415 73 74.

DELEGACIÓN ITALIA Delachi Pubblicità. Via Luigi Pirandello, 8. 20144 Milano. Italia. Tel.: 39 02 433 646.

RBA REVISTAS

PRESIDENTE RICARDO RODRIGO

EDITORA ANA RODRIGO **DIRECTOR GENERAL CORPORATIVO** JOAN BORRELL **DIRECTORA GENERAL** AUREA DIAZ

DIRECTORA EDITORIAL Susana Gómez Marculeta

DIRECTORA DE MARKETING Berta Castellet **DIRECTORA CREATIVA** Jordina Salvany **DIRECTOR GENERAL DE OPERACIONES** Josep Oya

DIRECTOR DE PRODUCCIÓN Ramón Fortuny

INSTYLE US

EDITOR-IN-CHIEF SALLY HOLMES

DOTDASH MEREDITH INTERNATIONAL

ASSISTANT MANAGER, INTERNATIONAL LICENSING Angelica Cruz

EXECUTIVE DIRECTOR, LICENSING OPERATIONS Paul Ordonez

VICE PRESIDENT, BUSINESS + STRATEGY Joy Evans

©Madrid 2024 RBA Revistas S.L. TI Gotham Inc. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de cualquier información gráfica o escrita sin la autorización de la Dirección. InStyle no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores, en los trabajos publicados, ni se identifica necesariamente con la misma. El nº 233 de InStyle España es propiedad exclusiva de RBA Revistas S.L.

© RBA REVISTAS, S.L. 2024

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción, almacenamiento en cualquier medio o soporte, distribución, comercialización y comunicación pública de la presente publicación, su transformación total o parcial, así como la de sus textos, dibujos, fotografías, portada, marca y cualquier contenido. La prohibición alcanza también a cualquier uso de los contenidos relativos a la denominada inteligencia artificial. Tampoco se pueden utilizar para recopilaciones, reseñas, revistas de prensa o citas, sin la autorización expresa y por escrito de la titularidad de la revista.

La infracción de cualquier derecho sobre la presente publicación, titularidad de RBA REVISTAS S.L., será perseguida siguiendo las leyes aplicables y se exigirá a los infractores la imposición de las sanciones civiles y/o penales establecidos en la normativa vigente, y las indemnizaciones que correspondan.

DISTRIBUCIÓN: LOGISTA PUBLICACIONES **IMPRIME:** Rotocobri S.A. **DEPÓSITO LEGAL:** B-6238-2012 **EDICIÓN:** 01/2025 **PRINTED IN SPAIN.** ISSN 1698-4544
ISSN DIGITAL 2938-6063 **ATENCIÓN AL LECTOR** Email: clientes@rba.es **SUSCRIPCIONES** Email: suscripciones@rba.es



Nicole posa con
vestido camisero
de Miu Miu
(miumiu.com)
y joyas de Tous
(tous.com).



LA PORTADA

Bomber y vestido de Prada.
Joyas de Tous.
Fotografiada para InStyle por
Javier Biosca.
Realización
Francesca Rinciari.
Maquillaje y peluquería
Ricardo Calero.

la sesión

DETRÁS DE LA CÁMARA. UN DÍA EN
COMPAÑÍA DE **NICOLE WALLACE**.

Nos trasladamos hasta un plató de rodaje para recrear la vuelta al cole con una Nicole Wallace que al día siguiente volaba fuera de España ansiando disfrutar sus merecidas vacaciones. Merecidas y breves, porque pronto le tocaría coger otro avión que la trasladaría a Chile, donde rueda la serie *La casa de los espíritus*, basada en el libro de Isabel Allende y producida por la propia escritora y Eva Longoria. Un paso adelante en una carrera internacional a la que no le pone límites. "Me gustaría ganar un Oscar", nos confesó. "Un Oscar no viene mal nunca..."

ASÍ SE LOGRÓ EL LOOK DE LA SESIÓN

1. Dúo de colorete e iluminador en tono 757 Wildior Rouge Blush Colour & Glow.
2. Dior Vernis en 887 Triomphe, de la colección Plan de Paris otoño 24; (dior.com).



CORAZÓN EN MANO

Pulsera
TOUS 1951, con
baño de oro
18 kt sobre
plata motivo
corazón y
rodalitas,
de Tous;
(tous.com).

VERSACE



CRISTAL Y PEDRERÍA

Zapato de salón
con pulsera al
tobillo que
incluye motivo
de medusa.
DeVersace
(versace.com).



5' CON ZOE BONAFONTE

A sus 20 años, la actriz barcelonesa no para: estrena la película *El 47* el 6 de septiembre, rueda *El secreto del orfebre* junto a Mario Casas y prepara el desembarco de la serie *Manual para señoritas* (Netflix).

1. HISTORIA DE UNA REBELIÓN “*El 47* trata sobre el nacimiento del barrio barcelonés de Torre Baró, creado por inmigrantes de varios puntos de España. Cuando les dije a mis abuelos, emigrantes andaluces, que iba a rodar la película, me contaron que era algo que habían vivido ellos mismos. No en Torre Baró, pero sí en el barrio de al lado. Habían oído lo de las manifestaciones por los derechos, el secuestro del autobús 47 que da título al filme... Fue como un homenaje a ellos.”

2. ESCENA CUMBRE “Al final de la peli me toca cantar una canción a capela. Yo, que no había cantado en mi vida. Me daba tanta vergüenza que le pedí al director que durante los ensayos se pusiera de cara a la pared. Es un momento con mucho peso dramático y no se trata solo de cantar, sino de hacerlo bien, con emoción y llegarle al público. Creo que lo hemos conseguido.”

3. SOLIDARIA “Mi madre y yo fundamos tras la pandemia la ONG People Help (peoplehelp.eu). Vi las noticias sobre los talibanes y cómo trataban a las mujeres y me explotó la cabeza. A través de contactos intentamos sacar de Afganistán a mujeres que estén en peligro y a sus familias.”

4. AFICIONES “Me gustan muchísimo los animales y los niños. De hecho, cuando no trabajo como actriz doy clase de inglés a peques en una franquicia de escuelas.”

5. ROMPEDORA “En moda me encanta combinar referencias masculinas y femeninas. Por ejemplo, ponerme algo muy femenino y meterle una corbata o un chaleco. Siempre intento romper las barreras de lo que se considera perfecto.” ■

DESIGUAL

Chaqueta estampada;
(desigual.com).

LEBOR GABALA

Falda *midi*;
(leborgabala.com).



Anatomía perfecta

El uso de cuero flexible, casi líquido, es una tendencia de temporada y tiene su punto de inflexión en estas botas, un híbrido entre los modelos mosquetero y *cowboy*.

Vuelta al origen

En su colección *La Vacanze 2023* (junto a Dua Lipa) Donatella apostó por botas *cowboy* de tacón de aguja y mucho *brilli brilli*. Con *Texano* retoma los cánones más ortodoxos incluidas hebillas en sustitución de espuelas y tacón de ángulo.

Todo en uno

El acabado puntiagudo permitía que los vaqueros pudieran deslizar fácilmente sus pies en los estribos. Versace conserva la funcionalidad y la transforma en seña de identidad de esta versión que, además de estilizar, gana comodidad (1.750 €; [versace.com](https://www.versace.com)).

Rebelde con causa

LA ACTITUD INDOMABLE DE LA NUEVA COLECCIÓN DE **VERSACE** SE CONCENTRA EN CADA PASO DE LAS BOTAS **TEXANO**. INSPIRADAS EN EL OESTE AMERICANO, SON, COMO DICE DONATELLA, “PARA BUENAS CHICAS CON ALMA SALVAJE”.

ellok

por SARA TRUEBA



EL MEJOR MIA GOTH DE VERSACE

No hay mejor versión del *Little Black Dress* para arrancar la temporada. De la mano del cuero se suman dos *must* tendencia y así los luce la actriz en este *look*, que incluye un sugerente *body* efecto corsé ideal para chicas rebeldes como ella. Añade un abrigo ligero y tendrás el *outfit* de los primeros días de otoño.

Mia Goth completa el *look* con unos salones de charol y tacón de aguja y bolso Kleio, también de Versace.



ANYA
TAYLOR-JOY
de Mugler



SARAH
PAULSON
de Bottega
Veneta



BELLA
HADID
de Coach

En cueros

Las altas temperaturas no han podido impedir que el cuero salga a la calle de la mano de nuestras celebrities. Y, además, no te arrepentirás de haber invertido en él, porque seguirá siendo un básico de la próxima temporada. La **seductora piel** está presente en vestidos, chaquetas, faldas y pantalones ideales para la noche, pero también para el día acompañados de accesorios y prendas más casual.

lo quiero

GRANDES ACIERTOS

fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**

AZUL COBALTO

Los bolsos amplían su gama de color esta temporada y aquí te mostramos los tonos más solicitados. Uno de ellos, el azul, se convierte sobre un Peekaboo en un clásico para todos los días. Fendi lo creó en 2009 (acaba de cumplir 15 años) y su éxito reside en los compartimentos interiores y el cierre giratorio, así como en el trabajo de la piel de los artesanos talabarteros italianos.

Fendi

Peekaboo ISeeU Soft de piel de becerro con cierre giratorio en ambos lados, 5.000 €; (fendi.com).



AMARILLO VIBRANTE

El 5 era el número de la suerte de Gabrielle Chanel, de ahí que el bolso 2.55 (creado en 1955) lo incluyera por partida doble. Reinterpretado ahora como el *11.12* (suma las cifras y, cómo no, obtienes un 5), está confeccionado partiendo del interior; de hecho, se cose del revés y posteriormente se le da la vuelta. Virginie Viard ha incluido un acolchado más voluminoso que el original.

Chanel

Bolso *11-12*, en piel amarilla efecto *matelassé*, 10.300 €; (chanel.com).





LA ELEGANCIA DEL NEGRO

Cuando se funden los códigos de estilo francés y americano surgen *must have*s como Voyou (chico malo en *slang* francés). Partiendo de la filosofía de atemporalidad que trasladó Hubert de Givenchy a su marca, Matthey M. Williams lanzó, antes de dejar la *maison*, este icono juvenil y renovado que hoy se encuentra disponible en tres tamaños. La silueta hace que sea un modelo apto para diario; sin embargo, el acabado de efecto cocodrilo y sus hebillas doradas permiten elevar la actitud a altas cotas de sofisticación.

Givenchy Bolso Voyou con silueta en V y asa ajustable, 2.250 €; (givenchy.com)

FLECHAZO BURGUNDY

Está llamado a ser uno de los tonos estrella, junto al marrón, para bolsos funcionales. *Cinch* representa la feminidad con forma de limosnera alargada y ceñida por un cordón de ajuste. Versátil y elegante, con diversos tamaños y formas de llevarlo, la evolución del icónico modelo *Bon Bon* destaca por el concepto de suavidad, presente tanto en líneas como en materiales.

Jimmy Choo

Bolso *Cinch*, en piel de becerro con herrajes dorados, 1.595 €; (jimmychoo.com).



MARRÓN CHOCOLATE

Si algo hace Miuccia Prada es provocar con su léxico nuevas formas e interpretaciones de objetos conocidos. Ahora, con la versión otoñal del modelo *Buckle*, el cinturón, que puede llevarse incluso desabrochado para crear una versión más informal, pasa a ser un símbolo y un juego donde las asas son las trabillas.

Prada

Bolso *Buckle* en ante, 4.800 €;
(prada.com).



VERDE OLIVA

Por su tamaño se enmarca dentro de la categoría de tote; sin embargo, su forma se pliega y toma volumen creando una silueta más *arty*, aunque sin restar un ápice de funcionalidad. Todoterreno y disponible en las tonalidades de la colección *Ready to Wear*, nos quedamos con este verde tan original como versátil.

Ferragamo

Tote en piel con gancho dorado, 2.450 €; (ferragamo.com).

Texto

Sara Trueba.

Asistente de fotografía
Javi Blanco.



Loewe

Jersey de lana mohair con cuello, pantalones de traje de talle alto en lana y zapatos planos con correas; (loewe.com).

TOUS

Collar mediano de oro 60 cm Basic; gargantilla de baño de oro de 18 kt sobre plata 50 cm TOUS Basics; colgante con baño de oro 18 kt sobre plata letra N Alphabet; pendientes de aro con baño de oro 18 kt sobre plata motivo flor 22 mm TOUS 1951 y anillos sello Galia, con baño de oro 18 kt sobre plata y citrino, amatista y prasiolita; (tous.com).



CUM LAUDE Nicole

Actriz, cantante y embajadora de TOUS, NICOLE WALLACE se reafirma como rostro, modelo y conciencia de la Generación Z defendiendo que cosechar éxito tras éxito (*Culpa mía*, *Ni una más*) es tan importante como dejar huella en la sociedad: “El arte es una forma increíble de llegar a la gente”.

por CARLOS MEGÍA
fotografía JAVIER BIOSCA
realización FRANCESCA RINCIARI

Givenchy

Jersey de punto y minifalda de lana; (givenchy.com).

Prada

Botas altas; (prada.com).

TOUS

Pendientes de aro *TOUS 1951*, con baño de oro 18 kt sobre plata motivo flor 22 mm; collar mediano de oro 60 cm *Basic*; gargantilla *TOUS Basics*, de baño de oro de 18 kt sobre plata 50 cm; colgante con baño de oro 18 kt sobre plata letra *N Alphabet*; pulsera esclava *TOUS 1951*, con baño de oro 18 kt sobre plata motivo corazón y rodalitas; anillos sello *Galia*, con baño de oro 18 kt sobre plata y citrino, amatista y prasiolita y anillo abierto *TOUS 1951*, con baño de oro 18 kt sobre plata motivo corazón y rodolitas; (tous.com).



Aspesi

Camisa cuello Peter Pan;
(aspesi.com).

Dsquared2

Minifalda;
(dsquared2.com).

Visori

Cinturón con volante tipo
falda de cuadros escoceses;
(@visori_studio).

TOUS

Pendientes cortos *Bold Motif* de plata corazón y collar corto de plata 42 cm *Basic*. Anillos: sello corazón *Bold Motif*, en plata y calcedonia rosa; mediano *Galia Basics*, en plata; modelo *Line*, abierto, en plata y de plata *dark silver*; logo de plata *TOUS Manifesto*; *TOUS 1950*, abierto en plata y con motivo oso, y sortija *Color Pills*, en plata y con topacio;
(tous.com).

Nina Ricci

Camisa de popelín con manga abullonada; (ninaricci.com).

Seventy

Falda tableada; (seventyvenezia.com).

Church's

Mocasines; (church-footwear.com).

TOUS

Pendientes de aro *Bold Motif*, en plata y con motivo oso; pulsera esclava *Line*, en plata; collar de perlas y plata *Hold*, de 6 mm; pulsera esclava *TOUS 1951*, bicolor y con motivo corazón. Anillos: sello corazón *Bold Motif*, en plata y calcedonia rosa; abierto, modelo *Line*, en plata; abierto, modelo *TOUS 1950*, en plata con motivo oso, y *Galia Basics* mediano, en plata; (tous.com).





Prada

Bomber de piel y
vestido negro;
(prada.com).

TOUS

Pendientes *Galia Basics*, de oro, con baño de oro 18 kt sobre plata; collar corto *Bold Bear*, con baño de oro 18 kt sobre plata y motivos oso y plusera esclava *TOUS 1951*, con baño de oro 18 kt sobre plata motivo corazón y rodalita. Anillos: *Line*, abierto, con baño de oro 18 kt sobre plata; *Basic Colors* pequeño, con baño de oro 18 kt sobre plata y gemas; logo *TOUS Manifesto*, con baño de oro 18 kt sobre plata; pequeño *Basic Colors*, con baño de oro 18 kt sobre plata y detalle rodolita, y sello *Basic Colors*, con baño de oro 18 kt sobre plata y amatista; (tous.com).

Versace

Vestido mini en crepé de seda con cuello en contraste y zapatos con puntera; (versace.com).

TOUS

Gargantilla de oro *Color Pills*, con perlas y tanzanita; pulsera de cadena *TOUS Manifesto*, con logo de plata. Collares: corto *Basic*, de plata 42 cm y corto *TOUS Manifesto*, con logo de plata. Anillos: mediano *Gala Basics*, en plata; *Line*, abierto y en plata; sello corazón *Bold Motif*, en plata y calcedonia rosa; *TOUS 1950*, abierto, en plata y con motivo oso, y sortija *Color Pills*, en plata y con corazón amatista; (tous.com).







Elisabetta Franchi

Cárdigan de punto y
camisa de rayas;
(elisabettafranchi.com).

Church's

Mocasines;
(church-footwear.com).

TOUS

Collar *Hold*, con perlas de
6 mm y plata; anilla
mediana *Hold*, de plata en
color morado; colgante
oso mediano *Bold Bear*,
de acero en color rosa
claro; colgante oso
mediano *Bold Bear*, en
acero color lila oscuro;
gargantilla logo *TOUS*
Manifesto, con baño de
oro 18 kt sobre plata; anillo
abierto *TOUS 1951*, con
baño de oro 18 kt sobre
plata motivo corazón y
rodolitas, y anillo logo
TOUS Manifesto,
con baño de oro 18 kt
sobre plata.

Pág dcha.

Miu Miu

Vestido camisero
con cuello bebé;
(miumiu.com).

TOUS

Pendientes de aro largos
Line, con baño de oro 18 kt
sobre plata, y pulsera
esclava *Line*, con baño de
oro 18 kt sobre plata.
Anillos: logo *TOUS*
Manifesto, con baño de
oro 18 kt sobre plata; sello
Basic Colors, con baño de
oro 18 kt sobre plata y
amatista; *Basic Colors*
pequeño, con baño de oro
18 kt sobre plata y gemas,
y *Basic Colors* pequeño,
con baño de oro 18 kt
sobre plata y detalle
rodolita; (tous.com).

Maquillaje y peluquería

Ricardo Calero
para Salon 44,
Chanel y Oribe.

Asistente de realización

Piluca Valverde.

Asistente de fotografía

Anna Eguizabal.

**Asistente de maquillaje
y peluquería**

Miriam Hernández.



ace años ya advertía sobre el destino que tomaría su carrera. Siendo todavía menor de edad, sostenía entre sus manos una pancarta que rezaba, en protesta por las amenazas xenófobas de Donald Trump, el siguiente mensaje:

“Si construís un muro, mi generación lo tirará abajo”. Desde entonces, Nicole Wallace (Madrid, 2002) se ha empeñado en hacer honor a su palabra y derribar, a base de talento y convicción, cualquier pared que se interponga en el camino. “Ser actriz para mí supone tener una voz un poco más alta y usarla para ayudar en lo que pueda”, sostiene uno de los grandes referentes de la nueva hornada de talento español. Así lo defienden hitos como el fenómeno internacional establecido por el drama romántico *Culpa mía* (Prime Video), que estrena en diciembre su esperadísima secuela, o el éxito de espectadores y repercusión de *Ni una más*, la serie de Netflix que ha situado a la violencia machista en el punto de mira y, reflexión, en el momento más oportuno. Rostro, modelo –es imagen de firmas como TOUS– y conciencia de la Generación Z, no hay foco ni premio que consiga distraerla de su verdadero objetivo, el de poner su granito de arena para cambiar las cosas: “Ojalá algunos de mis cinco millones de seguidores de Instagram quieran situarse de este lado”.

Cuando escribo tu nombre en dicha red social me aparecen decenas de clubes de fans de países de todo el mundo. Es muy fuerte. El primer país de mis seguidores en Instagram es la India. Resulta tan extraño que creo que lo proceso únicamente cuando viajo y veo que la gente me reconoce, porque al final en el móvil son solo números. No lo vivo como algo real. Si no disociase tanto entendería a aquellos a quienes la popularidad se les sube a la cabeza y se olvidan de lo que es importante.

En una industria con tantos prejuicios, ¿ser una actriz española y llamarte Nicole Wallace ha sido un handicap para ti? Es algo que me posiciona en un sitio un poco raro. Por una parte, igual un perfil como el mío, con mi nombre y mi aspecto, no encaja lo suficiente en el mundo de las películas más *indies*. Y es una pena, porque me encantaría hacer cine de autor. A su vez, tiene la ventaja de que es un nombre artístico que a nivel internacional me abre muchas puertas.

Sigues cursando la carrera de Psicología. ¿Por qué decidiste continuar tu formación pese a tu éxito como actriz? Es una carrera que me encanta y siempre quise hacer. También siento que estudiar me trae a la tierra, me da una rutina y me hace sentir un poco más ‘normal’. Aparqué los estudios cuando empecé a rodar el año

pasado porque se me juntaban varios proyectos, pero voy a retomarla de nuevo este mes de septiembre. Además, mi trabajo es muy inestable y siempre viene bien contar con un colchón por si acaso.

Todos guardamos una joya de TOUS en casa, ¿cuál es la primera que tuviste tú? Me acuerdo perfectamente, porque la primera me la regaló la propia marca. Hice un *casting* para ellos cuando era pequeña y me obsequiaron con unos pendientes de luna con brillantitos que me parecieron preciosos.

Sostienes que TOUS te ha guiado a la hora de hallar tu propio estilo, una parte de la profesión de actriz que nadie te enseña cuando se está empezando. Las joyas me ayudan a encontrar un balance entre lo masculino y lo femenino, porque en mi día a día soy bastante *tom-boy*: no me arreglo mucho a no ser que se trate de una ocasión especial y me siento más cómoda con ropa un poco masculina. Ya puedes ir entera de negro que, si te pones unas joyas divertidas, parece que vistes algo superguay. Ahora mismo soy más de collares y de anillos.

Siendo tan popular, ¿piensas más en lo que vistes antes de salir a la calle a hacer cualquier recado? Al principio me daba un poco de reparo ir al gimnasio y estar en chándal, con mala cara, y que alguien me pidiera una foto. Luego me dije que prefería que la gente se acostumbrara a verme así, normal, como soy, que no siempre voy maquillada y vestida perfecta. Normalizarlo me ha ayudado bastante... Al final, si me preocupo también por eso me vuelvo loca.

Eres una de nuestras actrices que más disfruta de la moda y con mayor proyección internacional. ¿De dónde nace esa vocación? ¿Tienes algún diseñador favorito? Ese amor viene de mi familia. A mi hermana y a mi madre también les gusta y recuerdo ver con ellas la gala Met o los Oscar y comentar los vestidos. Nunca pensé que yo también podría formar parte de ello. Me encanta, por ejemplo, lo que está haciendo Pharrell Williams en Louis Vuitton. Tuve la oportunidad de conocer a Nicolas Ghesquière en Barcelona y fue muy majo; me dijo que había hecho una buenísima elección con mi *outfit*. También conocí a Jonathan Anderson en Loewe y me encantaría ir a algún desfile de John Galliano o de Schiaparelli.

Admitiste que sentías algo de ansiedad cuando tenías que acudir a ciertos eventos. ¿Sigue siendo difícil para ti caminar por la alfombra roja? No se me hace difícil porque disocio mucho en ese momento. De repente, me transformo en un alter ego, en ‘Nicole, el personaje público, la actriz’. Recuerdo que, en mi infancia, como mi padre siempre tenía una cámara en la mano, solía hacer el *show* por casa caminando con tacones. Estoy más acostumbrada pero, sí, obviamente siempre hay momentos de ansiedad y que me hacen sentir el síndrome de la impostora.

Lo último en tu carrera es el éxito de la serie *Ni una más*, en la que das vida a una joven que denuncia una agresión sexual. ¿Qué valoración haces de su impacto?

No me imaginaba que fuera a viajar tanto; estoy feliz porque el mensaje ha calado. Me han llegado *feedbacks* de gente que ha reflexionado y se ha replanteado muchas cosas al verla. Sobre todo hombres. Ha sido muy gratificante encontrarme con chicos que se sentían incómodos viendo la serie, llorando y enfadados. Es lo más gratificante de todo esto.

Ese es un fenómeno interesante teniendo en cuenta que la mitad de los jóvenes entre 18 a 24 años votaron en las elecciones europeas a partidos negacionistas de la violencia machista. ¿Qué sientes al ver esta tendencia en los chicos de tu edad? Me pone muy triste. Me da mucha pena y rabia, pero ese sentimiento de desesperanza se puede transformar para darnos cuenta de que todavía queda mucho por luchar. Ante un cambio siempre va a haber un grupo que lo va a rechazar, y eso solo significa que estamos haciendo las cosas bien, que estamos en el camino y saliéndonos de lo que llevamos años aguantando.

La ficción, la música y el arte en general, ¿pueden ayudar a cambiar esas conciencias? El arte es una forma increíble de llegar a la gente. Durante la promoción de *Ni una más* me pareció importante ir a sitios donde el público no solo son mujeres que entienden de lo que estamos hablando, como *La resistencia*. Ver a referentes como David Broncano, un cantante o un jugador de fútbol hablar sobre estos temas puede hacer que otros chavales de 20 años se lo planteen también.

Siempre te has posicionado a favor del feminismo. Conforme tu fama empezaba a crecer, ¿te sugirieron no mojarte tanto para no perjudicar tu carrera? Por supuesto. Hay muchos temas de los que me encantaría hablar y posicionarme, pero no puedo por ser una persona conocida. Cuando era más pequeña también era más vocal, porque no acumulaba tantos seguidores. Ahora me muevo en un punto medio: tengo cuidado con ciertos temas, porque tampoco me gusta hablar de lo que no estoy muy informada, y con otros, como el feminismo, intento potenciarlo y aportar. Espero llegar a un momento en el que mi carrera esté muy sólida y establecida para que pueda hacer lo que me dé la gana (ríe).

Tu hermana Chloe, que es directora y guionista, admite sin pudor que su objetivo es aspirar a un Oscar. ¿El tuyo también? Me gustaría ganar un premio de la Academia de Hollywood si es con mi hermana, uno para cada una. Tengo muchos proyectos a la vista que me apetece hacer con ella. También me encantaría protagonizar la adaptación de la película *Enredados*, de Disney, y, en el

aspecto más personal, montarme un estudio con el que pueda usar mi carrera de Psicología. Pero sí, tener un Oscar no viene mal nunca.

Siendo tu personaje favorito el de Rapunzel en *Enredados*, ¿crees que la fama también te ha encerrado en una torre? Me gusta esa metáfora. Son como los dos lados de una misma moneda. A veces creo que esa torre soy yo escapando del mundo: cuando me meto en casa y estoy tranquila olvidándome de Instagram y todo eso. Y, por otro lado, también siento que necesito mucho salir a la naturaleza para escapar de la burbuja de la fama y el trabajo. Hago vida completamente normal: voy en metro, ando por Gran Vía... Casi siempre me reconocen, pero lo llevo bien.

Lo próximo para ti será el estreno de *Culpa tuya*, secuela de la película de habla no inglesa con más espectadores en la historia de Prime Video. ¿Cómo llevas unas expectativas tan altas? Debo ser rara porque, a pesar de que este es el proyecto más grande e importante que he hecho, me siento muy despegada en el sentido de que la historia y los personajes son muy irreales. Noah, a la que interpreto, siempre va a ser especial, pero veo el éxito igual de fantasioso que la película. Sabía que *Culpa mía* iba a gustar, pero no me imaginaba que un año después de su estreno íbamos a seguir en lo más alto de Prime Video. Es una locura imposible de superar. Al contar con unos fans tan leales no me da tanto vértigo como la primera; mientras ellos estén felices, me vale.

¿Tienes la sensación de que en nuestra industria se ha infravalorado el triunfo en todo el mundo de *Culpa mía*? En España hemos hecho películas taquilleras toda la vida, pero ahora se valora un poco más el cine independiente. Eso choca un poco con *Culpa mía*. No siento rabia ni rencor, pero sí pienso que los actores y directores españoles deberíamos ver todo el contenido que se hace aquí. Aunque una película sea muy comercial, sus intérpretes pueden ser igual de buenos que los de una ganadora del Goya.

Hay mil ejemplos de protagonistas de éxitos del cine juvenil que luego luchan para desencasillarse de esos roles. ¿Te preocupa? Lo pienso, pero no me preocupa. He tenido suerte de haber cambiado de registro muy rápido con *Ni una más* y de que la gente viese una faceta diferente de mí. He rechazado proyectos que no estaban en línea con lo que quiero para mi carrera y trato de no encasillarme haciendo *castings* para todo; no me da miedo raparme la cabeza o teñirme. Sé que el 80% de los seguidores que vean mis películas, por muy diferentes que sean, siempre van a ver a Noah... pero eso también es bonito. ■

“Me han llegado *feedbacks* de hombres que tras ver *Ni una más* se han replanteado las cosas. Chicos que se sentían incómodos, que se enfadaban.”

REINA DEL DESIERTO



El paisaje desértico enamoró a Yves Saint Laurent hasta el punto de crear un *dresscode* que aún continúa vigente: tonos arena, tejidos ligeros, transparencias y joyas maxi. Un oasis de inspiración al que la moda regresa cíclicamente.

fotografía JAVIER BIOSCA
realización FRANCESCA RINCIARI



Loewe
Pantalón;
(loewe.com).

Ray Ban
Gafas de sol;
(rayban.com).

OSB
Pendientes XL
efecto *vintage*;
(osbvintage.es).

En la otra página:

Oseree
Body con brillos
y escote *halter*;
(oseree.com).

SIMORRA
Pendientes largos de
eslabones dorados;
(simorra.com).





Alberta Ferretti
Vestido gris de seda
semitransparente;
(albertaferretti.com).
OSB
Pendientes;
(osbvintage.es).



Celine
Vestido de leopardo;
(celine.com).
OSB
Pendientes XL;
(osbvintage.es).

El Corte Inglés

Bañador asimétrico;
(elcorteingles.es).

Dolce&Gabbana

Gafas de sol maxi;
(dolce&gabbana.com).

SIMORRA

Choker dorado;
(simorra.com).

OSB

Pendientes redondos;
(osbvintage.es).





MaxMara

Vestido asimétrico
de seda color champán
con efecto drapeado;
(maxmara.com).

OSB

Pendientes
de aro *vintage*;
(osbvintage.es).

En la otra página:

Lola Casademunt

Bañador de leopardo;
(lolacasademunt.com).

OSB

Pendientes y pulseras;
(osbvintage.es).

Zara

Pulseras rígidas;
(zara.com).



Zara
Vestido asimétrico;
(zara.com).
Suma Cruz
Pendientes joya
y cinturón;
(sumacruz.com).







MaxMara

Mono color arena
(maxmara.com).

Marina Rinaldi

Collar maxi
con colgante;
(marinarinaldi.com).

Zara

Choker;
(zara.com).

OSB

Pendientes;
(osbvintage.es).

Alberta Ferretti

Sandalias doradas
(albertaferretti.com).

En la otra página:

Pinko

Bañador de lúrex;
(pinko.com).

OSB

Pendientes
geométricos;
(osbvintage.es).

Texto

Sara Trueba.

**Maquillaje y
peluquería**

Ricardo Calero
para Salón 44,
Chanel y Oribe.

**Asistentes de
realización**

Piluca Valverde y
Ángela del Val.

**Ayudante de
fotografía**

Nano Hernández.

Modelo

Beegee Margenye
(Line Up Models).

Agradecimientos

Baberrih Hotel
Essaouira;
(baberrih.ma).



Givenchy

Vestido drapeado con capa y escote palabra de honor; (givenchy.com).

Aquazzura

Pendientes de brillantes a modo de horquilla; (aquazzura.com).

Lleva toda su vida interpretando a otras y disfrutándolo. AIDA FOLCH repite proyecto con su descubridor, Fernando Trueba, y protagoniza la película *Isla perdida* junto a Matt Dillon, un proyecto nacido del amor al cine y a las emociones que nos despierta.

por CHUS SALIDO

fotografía DANNIEL ROJAS

realización FRANCESCA RINCIARI

AIDA

EL TESORO DE LA ISLA

Prada

Vestido con
cuello de pedrería,
lazos de terciopelo
y estampado;
(prada.com).





Giambattista Valli
Vestido largo de
estampado floral;
(giambattistavalli.com).





Tot-Hom
Vestido de seda
con aplique
de flores;
(tot-hom.com).



Tot-Hom

Vestido lencero
en seda con
superposición de gasa
sempitransparente;
(tot-hom.com).

Maquillaje

María García
para Dior.

Peluquería

Fernando Torrent
(Another Agency)
para Keune.

**Asistente
de realización**

Piluca Valverde.

**Asistente
de fotografía**

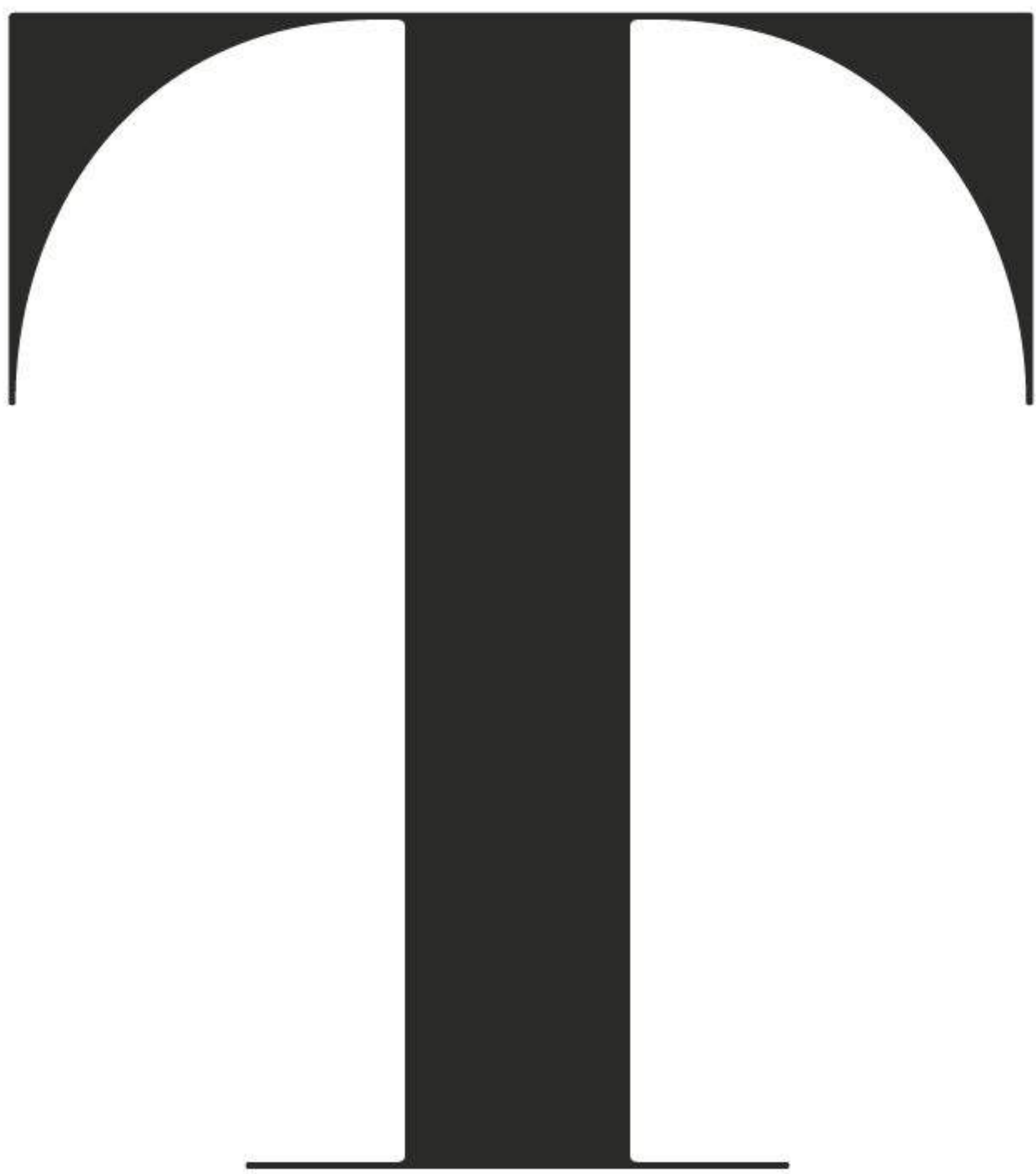
Javi Blanco.

Manicura

Nubia Janeth Soacha.

Agradecimientos

Hotel Relais &
Chateaux Orfila
(Orfila 6, Madrid;
hotelorfila.com).



enía solo 14 años cuando Fernando Trueba la eligió entre 3.000 niñas para protagonizar *El embrujo de Shanghai*. Poco podía imaginar Aida Folch (Reus, Tarragona, 1986) que aquello era el principio de una larga relación que los llevaría a ambos a colaborar en tres películas más, la última de ellas *Isla perdida*, cuyo es-

treno está previsto para el 23 de agosto y donde el director convierte a su musa (ella prefiere decir que son amigos, “prácticamente familia”) en una camarera española que viaja a una remota y paradisíaca isla griega para trabajar en su único restaurante, regentado por Max (Matt Dillon). Hay flechazo, pero también un pasado muy turbio acechando. Y hasta ahí podemos leer.

Rodar en una isla griega prácticamente virgen así, de primeras, no está nada mal. Fue una maravilla. De hecho, Matt Dillon me decía todo el tiempo: “No sabes en qué sitios he tenido que rodar”. Se refería a esa película que hizo con Natalie Portman, *Beautiful Girls*. Le pareció un espanto, todo el rato entre la nieve. A día de hoy, en lo que más se fija a la hora de aceptar un papel es en estar feliz y vivir bien durante el rodaje, así que imagínatelo ahí, en una isla griega. Un sueño. De hecho, llegamos antes para preparar la película, aclimatarnos, ver los decorados, ensayar... Esos días nos bañábamos todos juntos cada mañana y, salvo por los peces, estábamos solos en una isla que ni siquiera conocen los propios griegos.

¿Te gustan las películas en las que hay una vuelta de tuerca y poco acaba siendo lo que parece? Me encantan. Como espectadora son las que más disfruto. Me chiflan los suspenses psicológicos y si encima hay amor, para qué quiero más.

La película está rodada en inglés. ¿Supuso una dificultad añadida? Cuando trabajo en otro idioma me preparo mucho y con anterioridad cada frase y cómo quiero decirla para que se entienda perfectamente. Lo que ocurrió aquí es que Matt a veces no me entendía y, tras pasarme meses trabajando los diálogos, resultó muy frustrante. Pero es que yo tampoco comprendía su inglés americano cerrado. Eso fueron los primeros días, hasta que empezamos a conocernos. Me esforcé mucho para llegar allí y olvidarme del inglés.

¿Fernando Trueba te dice ven y tú lo dejas todo? Absolutamente. Después de rodar *El artista y la modelo* en francés y esta en inglés, bromeamos con hacer otra juntos pero esta vez en portugués. Es como: “¿Te das cuenta de que seríamos la única pareja del cine español que hace estas tonterías de rodar en otro idioma?”. Pero es que Fernando me propone cualquier cosa y allá que voy, como si tengo que hablar chino.

***Isla perdida* tiene un aire a cine clásico...** Sí, del que ya no se hace. Fernando me dijo una cosa: “Aida, quiero hacer esta película, que sea cine por el cine”. Yo no lo entendía, porque para mí todo es cine. Pero se trata de una historia sin moraleja, concebida para que la veas por el simple placer de disfrutarla y ya, sin más pretensiones. Vamos a contar lo que les ocurre a unos personajes en una isla, porque también es importante la localización. Y en unos años (2000, 2001) en los que el tema de los teléfonos y de las geolocalizaciones no estaba avanzado y si querías salir de allí no podías. Al principio de la historia hay gente, es verano, pero todo va pasando de luz a oscuridad. Una de las películas que más nos gusta a Fernando y a mí es *Misery*, en especial el personaje de Kathy Bates. Ahí lo dejo.

Declarabas que no te imaginabas haciendo un trabajo de oficina. A lo mejor es que lo has probado poco... Lo estoy probando cuando hago series. Para mí, es lo más parecido a ir a la oficina: tener un horario, llegar cada día al plató, ver a la misma gente, el mismo decorado... Y ahora estas cosas son muy largas; te puedes pasar trabajando cuatro temporadas, lo que implica cuatro años de tu vida. Lo respeto mucho, pero a mí me gusta la aventura, las cosas cortas e intensas. Por otro lado, mi profesión reúne todo lo malo de no tener una rutina y eso a nivel psicológico te afecta por temas de seguridad, comodidad... Lo mismo el día de mañana, si soy madre, preferiré tener un horario, pero ahora estoy bien como estoy. **No sueles pronunciarte en público sobre ningún tema candente. Imagino que es una actitud meditada.** Es imposible obviar la realidad a no ser que no tengas teléfono. Como Fernando Trueba, que es la única persona que conozco que no tiene móvil. Y yo lo he pensado también, quitarme el WhatsApp y comprarme uno de esos teléfonos de ‘mejillón’, como yo les llamo, en el que cada mensaje que envías ha de valer la pena porque lo tienes que pagar. Es verdad que hay gente que ha utilizado para bien el altavoz público del que disponía, pero gracias a Internet todo el mundo tiene su opinión sobre todo. Y ahí viene el problema: muchas veces me preguntan por cosas que no tienen nada que ver con mi trabajo e igual las desconozco o no cuento con una opinión formada. Sé el daño que pueden causar ciertas palabras, hasta el punto de que te lleguen a boicotear. No quiero añadir más ruido al mundo. Además, como actriz no me interesa que me conozcan lo más mínimo; de esta forma se creen mejor mi trabajo. La discreción me parece una cualidad de una elegancia, una sabiduría, un saber estar... Maravillosa.

Dijiste en una ocasión que las redes sociales son el cáncer de nuestros tiempos. ¿Dije cáncer? Madre mía... ¿Ves? Ahí me pasé. Lo que realmente me parecen es una cárcel. Como una serpiente constrictor. ¿Quién gana en las redes? Porque al final, el mundo lo están controlando las empresas. Todos hacen publicidad, de sí mismo o de marcas. Siempre es yo, yo, yo. Una adicción que encima despierta sentimientos de comparación. A mí me da vergüenza poner que me estoy dando un masaje cuando todos los días en la tele veo que

hay guerras y a gente con la cara ensangrentada. A nivel moral y ético me da reparo mostrar mi privilegio. ¿Que con mi actitud voy a perderme cosas y a dejar de ganar dinero? Sí. Pero quiero ser consecuente conmigo misma en la medida de lo posible.

¿Qué te han enseñado los personajes que has interpretado? Cogí confianza con los idiomas precisamente preparándome para papeles. Me di cuenta de que es algo que se me da relativamente bien y que me apasiona porque, al final, se trata de comunicarse. Tengo facilidad y le echo morro. Y he probado otras cosas, como tejer, que relaja mucho. Siempre me han gustado las actividades manuales y a ellas me dedico cuando no trabajo. He dejado de hacer cursos de interpretación; me centro en otras cosas que no tienen nada que ver con la profesión pero que me conectan con la vida y la realidad. Ahora voy a clases de costura con señoras que no tienen nada que ver conmigo o me paso por la biblioteca de mi barrio para hacer un tutorial de francés y charlo con los jubilados. Como actriz me enriquece, porque me conecta con la gente y, además, no estoy encerrada en casa o en el gimnasio.

Leyendo sobre ti hemos descubierto que eres muy fan de la filosofía. Es una pasión que me descubrió Fernando. En el instituto suspendía Filosofía porque siempre estaba preguntado el porqué las cosas eran como eran. Soy muy de darle al coco, de reflexionar sobre la existencia y el por qué sí o por qué no. Durante unos años, Fernando y yo íbamos a andar. Él tiene un alma de profesor buenísima: no es nada condescendiente sino la persona más humilde y culta que conozco. Empezaba con un “érase una vez Hegel” y ahí surgían historias. Comencé a interesarme y ahora discuto mucho, no solo con la gente, también con los libros. Zygmunt Bauman me habla de la modernidad líquida y digo, vale, pero a ver cómo la cambiamos; Byung-Chul Han predica sobre la sociedad del cansancio; Nuccio Ordine diserta acerca de la utilidad de lo inútil, de que no todo tiene que ser productivo... Te dan claves para vivir el mundo de hoy, porque tú te tumbas en un sofá y no sabes si es bueno o malo, si en ese momento tendrías que estar produciendo. Y luego

“Me gustan las actrices que se muestran vulnerables ante la cámara, como Kate Winslet. Como ser humano me siento indentificada con ella.”

está el aburrimiento y ese concepto tan malo que tenemos de él, a pesar de que las grandes ideas han surgido del aburrimiento...

¿Eres una abanderada del “hay que dejar que las cosas fluyan”? Son coletillas que se dicen, pero no. El que tú tengas algo muy claro no quiere decir que ese algo suceda. El apego a los deseos produce a veces mucha ansiedad y mucha frustración. Todos queremos cosas que pueden suceder o no, así que intento ser más agradecida con lo que hay y disfrutarlo sin pretensiones.

Ha surgido un movimiento entre las actrices que reivindica los rostros sin retoque, las arrugas, las canas... Solo las mujeres reales pueden encarnar a otras como ellas. ¿Muy a favor? Las actrices que a mí me gustan se muestran supervulnerables ante una cámara. Como Kate Winslet, que te enseña los pechos en *Titanic* hace 20 años y te los vuelve a mostrar en *The Reader* décadas después asumiendo que no son los mismos. Soy un ser humano y me siento identificada con ella. Pero en esta profesión, tan bonita y dura, hay muchísima gente que tiene una idea errónea de cómo tenemos que ser las mujeres y eso debe cambiar. El tema de no aceptarse a uno mismo es muy *heavy*. Yo siempre digo que la belleza es un pájaro que se te muere en las manos, es decir, que inevitablemente se irá. Si toda tu vida solo te has preocupado por las apariencias, ¿qué te queda?

A estas alturas de la película (nunca mejor dicho) ¿has superado tu timidez? Me han llegado a decir que soy una borde, pero creo que he ido aprendiendo con los años. Cuando tienes como vergüencita, pones distancia y la gente lo puede percibir como un desaire. Aunque es cierto que este juego de que todo tiene que ser *happy* no me interesa. Me gustan las personas silenciosas y discretas. En las relaciones es lo mismo: a mí no me parece natural hacerte mejor amigo el primer día. Yo voy a los rodajes y veo estas actitudes que no me resultan sinceras; en mi opinión, necesitas tiempo para conocer a la gente y saber si te gusta o no.

Iniciamos el cambio de estación. ¿Eres una chica de otoño? No lo había pensado. Me gustan el otoño y la primavera aunque, ojo, porque a nivel mental pueden ser un caos. Para vestirme son más fáciles, ya que no hace mucho frío ni mucho calor. Recuerdo que cuando llegaba septiembre era como comenzar un año nuevo: el material del cole, el olor al plástico de forrar libros... Era como una etapa en la que volver a empezar con mucha ilusión.

¿Qué te depara el nuevo curso? Tengo dos películas más por estrenar. Una que se llama *Historias de Halloween*, de terror y llegará en octubre. Y luego otra, surrealista y filosófica, *Emergency Exit*, dirigida por Luis Miñarro y con Marisa Paredes, Emma Suárez, Albert Pla, Oriol Pla... Todo sucede en un autobús. Como ves, muy distintas.

Te gustan los retos. Los proyectos te llegan. Mira, estreno con Fernando Trueba y Matt Dillon pero vengo de hacer una serie. ¿Por qué me lo voy a perder? Yo lo que quiero es trabajar, aprender y transmitir. No es como antes, que solo buscaba hacer cine social; ahora tengo la mente más abierta. ■

instyle.es



InStyleSpain



InStyleSpain



RevistaInStyle



www.instyle.es

FOTO: DANNIEL ROJAS / REALIZACIÓN: PILUCA VALVERDE / TEXTO: SARA TRUEBA / MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: MIGUEL TRAGACETE (THE CREW ART)
PARA CHANEL Y KEVIN MURPHY / ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: JAVI BLANCO / MODELO: LITZA VELOZ (UNOMODELS).

Tendencias

Otoño Invierno 2024/25

La nueva temporada
está repleta de
ilusiones ópticas:
trenchs que parecen
vestidos, abrigos que
imitan al algodón de
azúcar, lana rústica con
strass... Y mucho *print*:
chetaah, cuadros y
flores de tapiz. Ideas
que nos divierten.



Marina Rinaldi
Trench con detalle
de plumas;
(marinarinaldi.com).
Sportmax
Sandalias con pulsera;
(sportmax.com).



MOSCHINO

CAROLINA
HERRERA

ULLA JOHNSON

MARQUES
ALMEIDA

BALMAIN

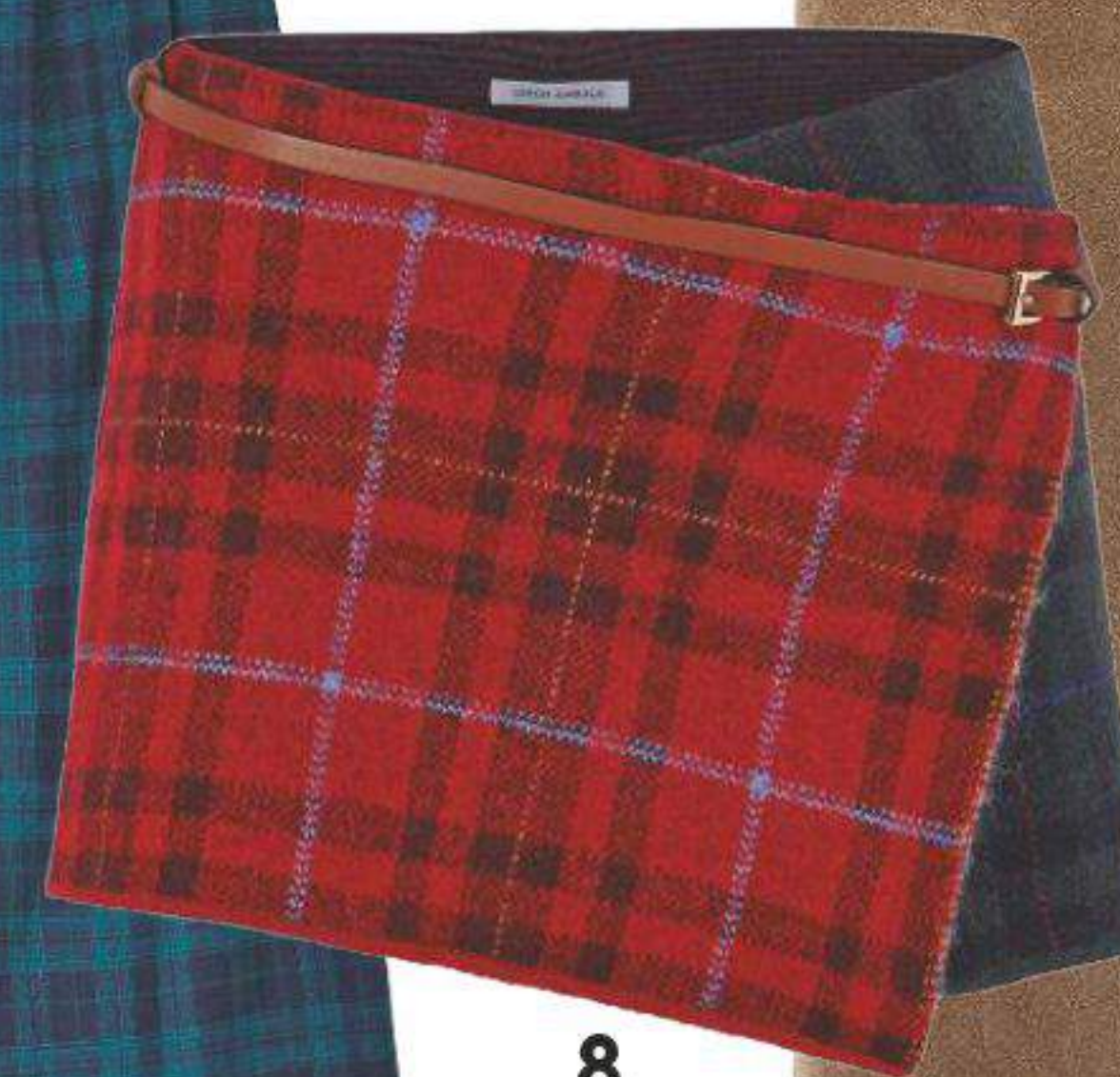
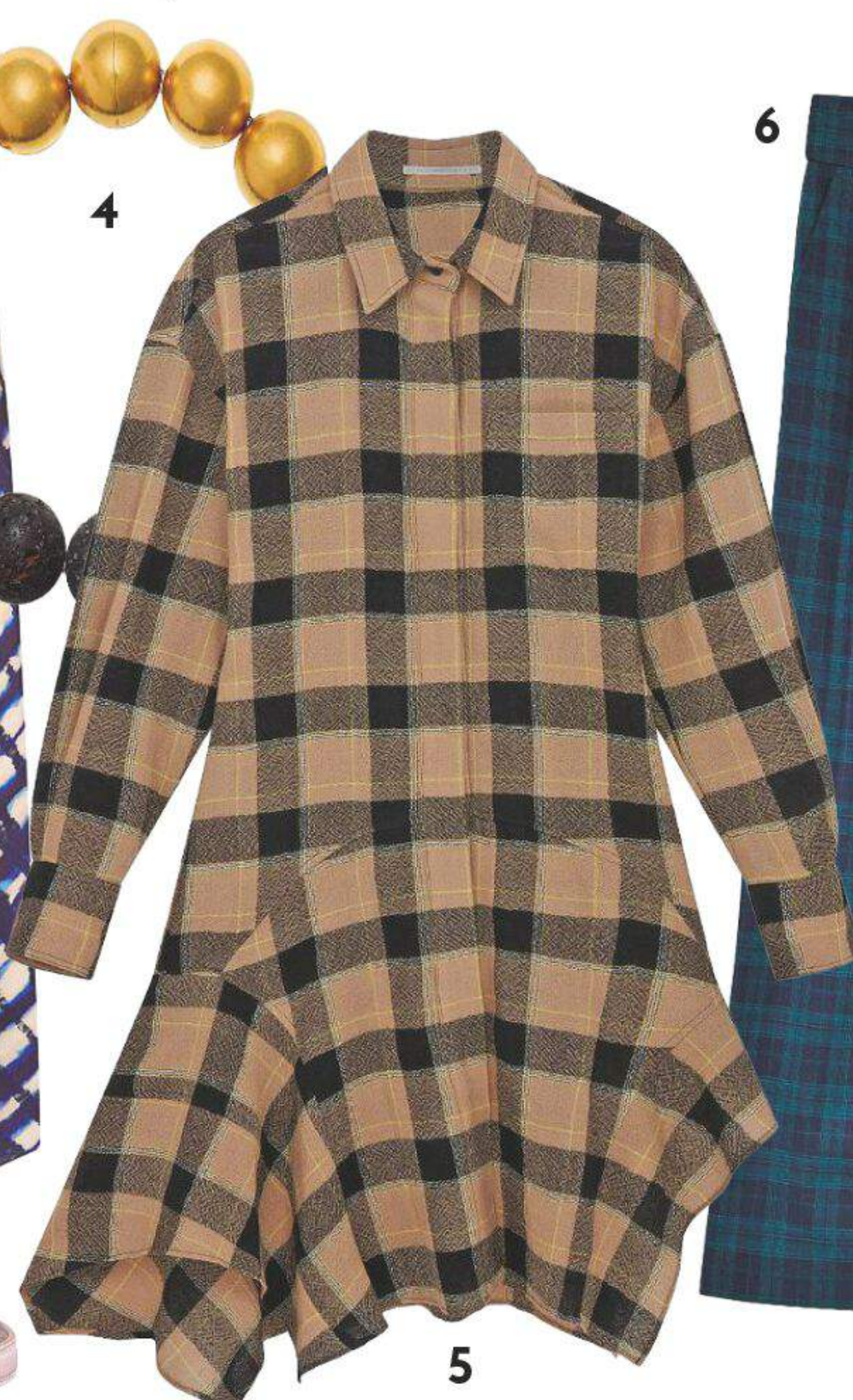
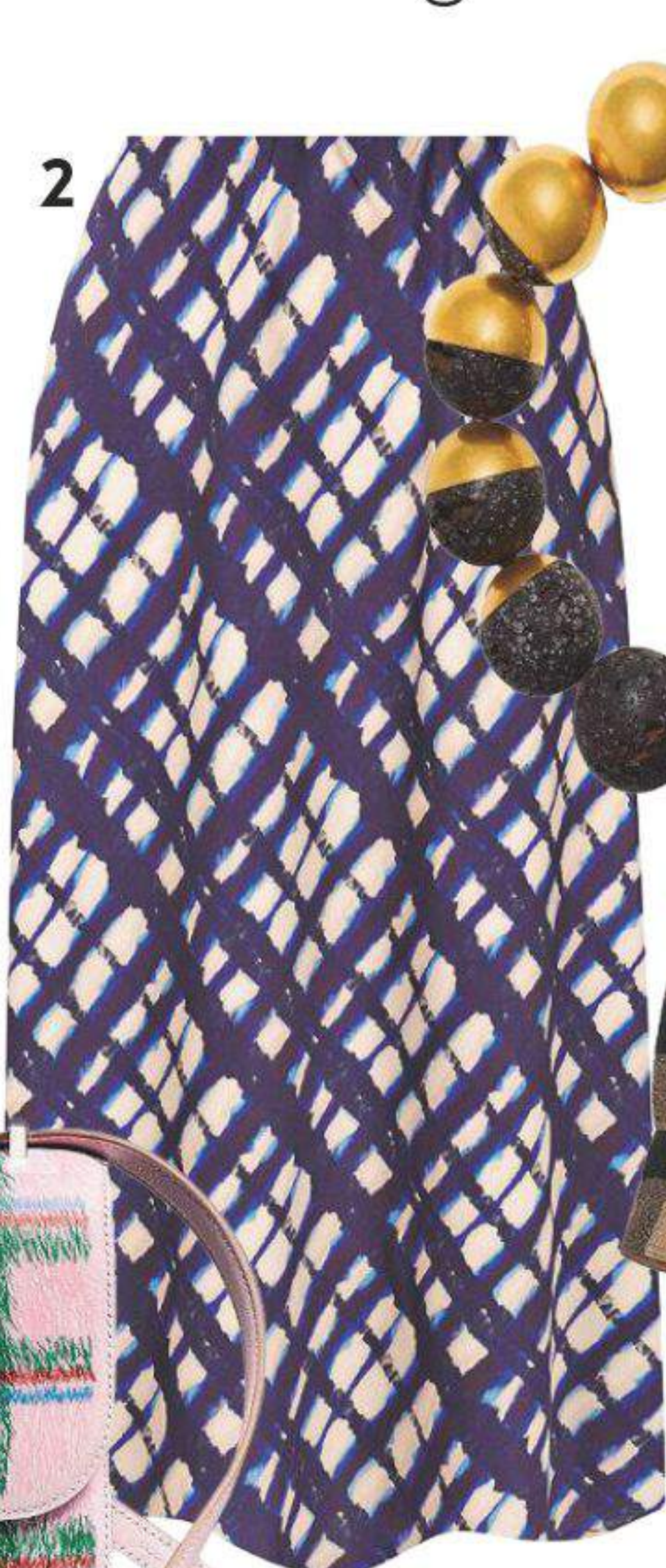
LOUIS VUITTON

SACAI

CHANEL

DELTA AL VOLANTE

Tienen una clara relación con el **folclore español** y, sin embargo, este otoño los volantes se representan desde la vanguardia, integrados sutilmente en el día a día o llevados a su máxima expresión con efecto origami.



A CUADROS

Clásico infalible

Es el estampado que mejor refleja el arranque de temporada. Del abrigo al bolso, el *checkboard* te invita a mover ficha.

SHOPPING. 1. Abrigo con solapas de pelo, de Marciano by Guess, 450 €; (guess.eu). 2. Falda *midi* estampada, de Algo Bonito, 36 €; (algo-bonito.com). 3. Bolso bandolera *Constance*, de Hermès; (hermes.com). 4. Collar de piedra volcánica y latón, de Schiaparelli; (schiaparelli.com). 5. Vestido camisero mini con asimetrías, de Stella McCartney, 1.486 €; (stellamccartney.com). 6. Pantalones anchos, de Molly Bracken, 70 €; (mollybracken.com). 7. Sombrero de fieltro con broche, de Loro Piana, 1.400 €; (loropiana.com). 8. Minifalda de cuadro escocés, de Lebor Gabala; (leborgabala.com). 9. Bota de caña alta y puntera de charol, de Chanel, 2.500 €; (chanel.com).

ANIMAL PRINT

Mires por donde mires, está en todas partes. Detecta en el filtro *sixties* la fórmula para hacer que el **estampado de leopardo** sea más naíf y delicado. Descúbrelo en siluetas sencillas, en los *babydoll* de Versace, las capas de Marni o las faldas lápiz de N°21 o Dior.

DIOR

BLUMARINE

ZIMMERMANN

N°21

MICHAEL KORS COLLECTION

MARNI

VERSACE



CECILIE BAHNSEN



CHLOÉ



GUCCI



ANN DEMEULEMEESTER



ALBERTA FERRETTI



ERMANNO SCERVINO



NINA RICCI

LENCERÍA & PIEL

Nocturnidad y poesía

Cuero, transparencias y seda se unen para dar una versión de mujer a veces grunge, a veces sofisticada, pero siempre fuerte y resiliente.



SHOPPING. 1. Bota Eve, de Chloé, 1.750 €; (chloe.com). 2. Falda lencera, de Molly Bracken, 50 €; (mollybracken.com). 3. Top con flecos, de Adolfo Dominguez, 189 €; (adolfo Dominguez.com). 4. Chaqueta de cuero acharolado, de Sportmax, 625 €; (sportmax.com). 5. Mini vestido crudo de tirantes con encaje, de Mango, 46 €; (mango.com). 6. Earcuff Be my Love, de Chaumet, 2.910 €; (chaumet.com). 7. Minifalda acampanada de tiro bajo, de Sportmax, 289 €; (sportmax.com). 8. Bolso Galleria, de Prada, 6.800 €; (prada.com). 9. Vestido lencero, de All Saints, 239 €; (allsaints.com).

COMPRAS



lores de interior

Vuelven a florecer en el armario de mil maneras. Bordadas con cuentas de caviar (Loewe), aplicadas en tejido (Blumarine) o dibujadas en diseños de tonos pastel (Richard Quinn), el otoño hace bloom.

VALENTINO

MONSE

BLUMARINE

CALCATERRA

RICHARD QUINN

ROKH

LOEWE

GIAMBATTISTA VALLI



LANA & CO. A punto

Con calados o en relieve, en forma de vestido, cárdigan o como conjuntos de varias piezas, necesitas la calidez de estos tejidos.

SHOPPING. 1. Gabardina con mangas de lana en relieve, de MaxMara, 1.505 €; (maxmara.com). 2. Diadema con cristales, de Bijou Brigitte, 18 €; (bijou-brigitte.com). 3. Bolso Paraty 24, de Chloé, 2.600 €; (chloe.com). 4. Bragueta alta de punto, de Mango, 26 €; (mango.com). 5. Jersey con cuello perkins, de Blauer, 179 €; (blauerusa.com). 6. Cárdigan verde botella con broche de perla, de Philosophy di Lorenzo Serafini; (philosophyofficial.com). 7. Salón destalonado con efecto nudo, de Adolfo Domínguez, 199 €; (adolfodominguez.com). 8. Vestido midi de lana con cuello halter, de Courrèges, 1.190 €; (courreges.com). 9. Balaclava cámel, en lana y cashmere, de Fendi, 420 €; (fendi.com).



MICHAEL KORS COLLECTION

SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO

CHLOÉ

GIVENCHY

ALAÏA

STELLA MCCARTNEY

Abrigo de peluche

Cuando se trata de llamar la atención,
nada como un abrigo de proporciones
extraordinarias. La estética envolvente
manda en la pasarela y se convierte en
protagonista excéntrica de la temporada.



TAILORING

1 El poder del dos piezas

La moda insiste en llevar el traje masculino a terrenos de extrema feminidad donde triunfan siluetas sencillas y clásicas.

REALIZACIÓN Y TEXTOS: SARA TRUEBA./ FOTOS: LAUNCHMETRICS SPOTLIGHT, D.R.



SHOPPING. 1. Pendientes *Lagom*, de Majorica, 79 €; (majorica.com). 2. Pantalones rectos de vestir, 40 €, y chaqueta crop con cuello de camisa, 50 €, ambos de Mango; (mango.com). 3. Balarina tipo Mary-Jane, de Valentino Garavani, 890 €; (valentino.com). 4. Chaleco de cuadros *Eden*, de Zimmermann, 725 €; (zimmermann.com). 5. Brazaletes rígidos con textura, de Jose Luis Joyerías, 1.699 €; (joseluisjoyerias.com). 6. Camisa crop con corbata, de Maje, 195 €; (maje.com). 7. Cinturón con vivos de cremallera, de Chanel, 1.890 €; (chanel.com). 8. Falda de cuadros con volante, de Rivera; (riveraspain.com). 9. Bolso *Puzzle Fold*, de Loewe, 1.600 €; (loewe.com).

ACIERTOS

3 LOOKS PARA PONER EN PRÁCTICA

LAS FALDAS SON EPÍTOME DE FEMINIDAD, NO IMPORTA EL LARGO NI LA SILUETA. ESO SÍ, PARA ESTAR A LA ÚLTIMA ESTE OTOÑO DEBERÁN SER LÁPIZ, CON O SIN ABERTURAS, SUPERMINI (A LO ROBERT PALMER) O TABLEADA PARA UN LOOK COLLEGE. ANOTA: ES UNA DE LAS **PRENDAS IMPRESCINDIBLES DE LA TEMPORADA.**

fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**
texto **SARA TRUEBA**



Twinset

Camisa satinada;
(twinset.com).

SIMORRA

Cárdigan de punto
con botones dorados
(simorra.com).

Tod's

Falda con
abertura central;
(tods.com).

Michael Kors Collection

Bolso de piel
efecto cocodrilo;
(michaelkors.es).

Jimmy Choo

Zapatos con lazo y
tacón gota;
(jimmychoo.com).

Calzedonia

Medias;
(calzedonia.com).



LECCIÓN *MIDI* O CÓMO SER UNA CHICA FORMAL

Si Tess McGill (Melanie Griffith en *Armas de Mujer*) fuera interpretada hoy, habría una pieza infalible en su vestuario. La falda *midi*, todo un comodín para la oficina, esta temporada desarrolla su enorme potencial gracias a firmas como Prada o Miu Miu (en realidad, siempre ha sido un favorito de Miuccia). Con jersey de punto y tacones *kitten* se añade un toque retro extra (que en realidad es muy 2024) para elevarla fuera del horario laboral. No es la única marca que lanza esta versión al estrellato: Carven, Erdem o Dries Van Noten, a pesar de conseguir un *look* en ocasiones más preciosista y elaborado, con tejidos delicados y mezclas de color, se sirven de ella como pieza *cool* donde las haya porque tiene cierto descaro y alma de minifalda, pero también la elegancia y el *glamour* que ofrece un largo más formal. Aliarse al *midi*, con abertura lateral o central, solo traerá alegrías al *outfit*.



COMPRAS

MaxMara

Jersey de cuello alto
en *cashmere*;
(maxmara.com).

Celine

Minifalda de crepé;
(celine.com).

**Michael Kors
Collection**

Botas altas;
(michaelkors.es).

Ferragamo

Bolso;
(ferragamo.com).



LA MINI DE LA CONCORDIA

Cuando la minifalda se instaló en el sistema por completo, Mary Quant, su creadora, sintió que había triunfado. Había conseguido lo que quería: abrir la mentalidad con una prenda que, no sin escándalo, sería un emblema de libertad para la mujer. Hoy, las firmas de moda siguen contando historias con ella, historias en las que el relato (y la mini) se acompaña de sutileza y elegancia (algo menos común en 1960). En 2024 se lleva con jersey de cuello alto y botas, *OTK* (*Over The knee*) o a la rodilla, aunque Dior, Versace y Chanel las incorpora en trajes más formales, de tweed o estampados. Blumarine da rienda suelta a su lado *grunge* y Fendi, sin embargo, las dibuja como una segunda piel.





Sonia Rykiel

Falda de tablas
asimétrica
(soniarykiel.com).

H&M Studio

Camisa blanca
(hm.com).

P.A.R.O.S.H

Chaleco de punto
azul marino;
(parosh.com).

Roger Vivier

Bolso de seda,
con broche y asa
de cristales;
(rogervivier.com).

Calzedonia

Medias altas;
(calzedonia.com).

Ferragamo

Bailarinas de piel;
(ferragamo.com).

Maquillaje y peluquería

Ricardo Calero
para Salón 44,
Chanel y Oribe.

Asistente de fotografía

Javi Blanco.

Modelo

Maya Gunn
(Next Models).

DECONSTRUCCIÓN COLLEGE

La historia, y genios actuales como John Galiano o Marc Jacobs, nos han enseñado que la moda es una forma de creación artística que se puede llevar a la propia vida. Así, mezclar elementos aparentemente inconexos no solamente se convierte en algo excéntrico sino también único, una fórmula para expresar la singularidad individual. Conseguirlo con una pieza tan clásica como la falda tableada de cuadros de inspiración escocesa es posible. Hace tiempo que Burberry o Vivienne Westwood recogen los emblemas *british* (del estampado de cuadros a los iconos del punk, por ejemplo) y los despojan de cualquier idea costumbrista para dotarlos de toda la modernidad que precisa un *look* actual. Eso es lo que ocurre cuando combinas una falda con tales atributos con bolso de fiesta y bailarinas. Expresividad pura.



MANUAL DE ESTILO

Para jefazas

SI EL TRABAJO OCUPA UN LUGAR IMPORTANTE EN TU MENTE (Y EN TU ARMARIO), AQUÍ TIENES LAS CLAVES PARA ELEVAR TU LOOK DE OFICINA A DIARIO. EXTRAEMOS DE LA PASARELA UNOS SENCILLOS TIPS QUE LO CAMBIAN TODO.

1 Un flash de color

Si cada inicio de temporada temes que el aburrimiento monocolor te invada pero, al mismo tiempo, confías en su elegancia y comodidad, estás a un paso del acierto. Unas medias de color, un zapato vistoso, un portadocumentos o un broche despejarán cualquier idea de monotonía estilística.



Aquazzura
Salón Artist, 675 €;
(aquazzura.com).



FENDI



3 Cuello alto, por fuera y por dentro

Es una tendencia clara que se repite, con distintas fórmulas, y gracias a la cual no pasarás frío. Hazte con un buen jersey de cuello cisne y utilízalo en sustitución de la camisa (Jil Sander), por debajo como si fuera una camiseta interior (MaxMara) y, si no te apetece el efecto *layering*, deja que protagonice el look.



JIL SANDER



MAXMARA



BOTTEGA VENETA

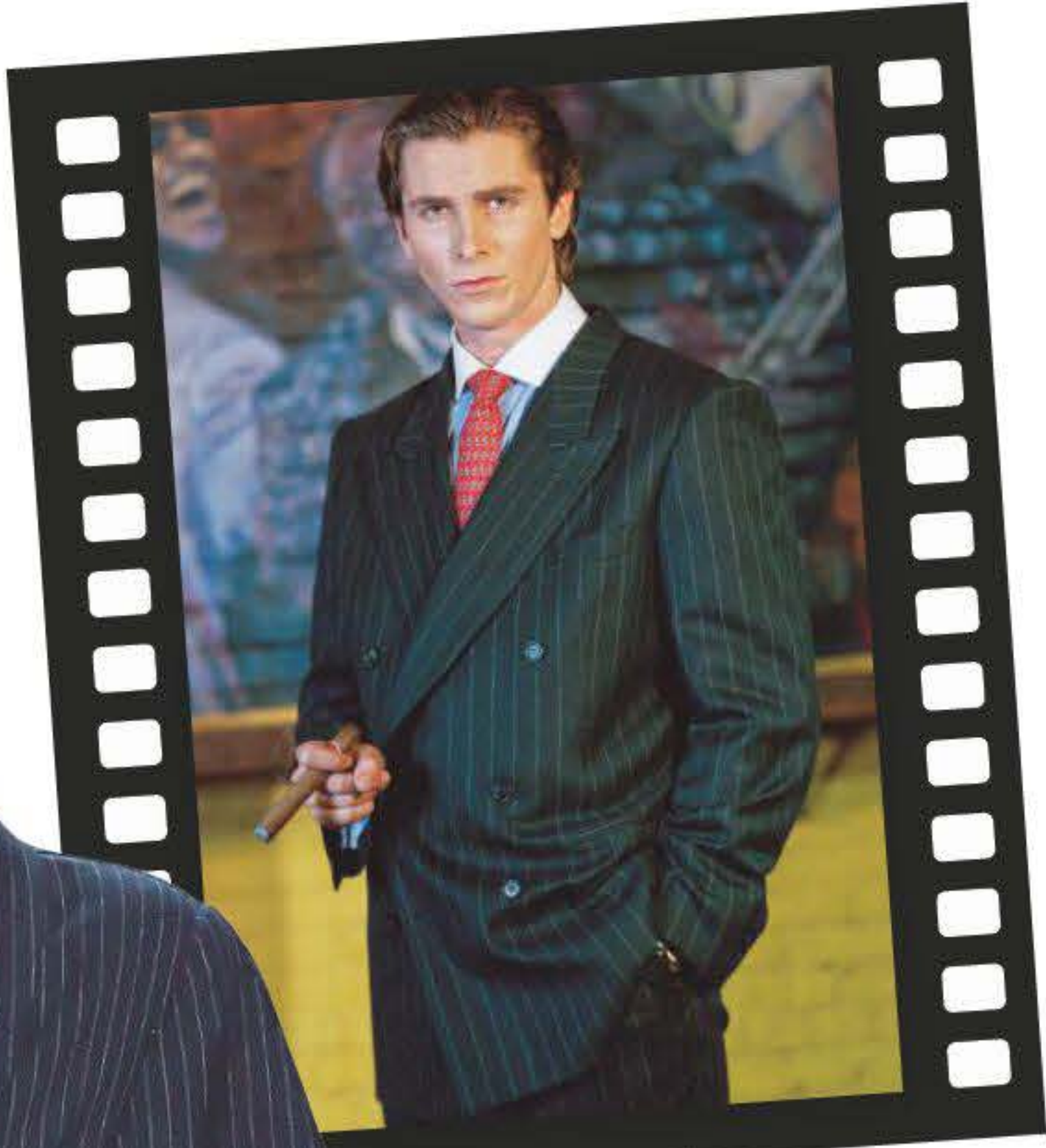


PATOU



NINA RICCI

SIMORRA



American Psycho
La pasarela rescata la elegancia masculina de Patrick Bateman y la reinterpreta (con mejores intenciones).

2 Diplomacia ante todo

Nunca fue tan femenino sacarle partido a la raya diplomática. En vestidos y trajes de silueta esmoquin (y faldas, americanas y seductores tops palabra de honor), este clásico masculino nos recuerda al psicópata más elegante del cine cuyo estilo ahora rescata a moda con looks como los de Gauchere, Sacai, Nina Ricci o Simorra.

MIU MIU

4

Camisa al cuadrado

La gran aliada de la seriedad es también un must de otoño. Actualízala con un sencillo truco: llevándola por partida doble. Si lo dicen Bottega Veneta, Miu Miu y Tods, ¡no tenemos nada que añadir!



Etra
Camisa de rayas, 590 €;
(etro.com).

Jerse
Camisa Chelsea, 90 €;
(jerse.com).

GUCCI

MAXMARA

GIVENCHY

5

6 Cinturón joya

¿Cómo no dejar que este detalle suba la apuesta del look más formal? Igual que un buen tacón puede hacer las veces de altavoz en la sala de reuniones, un cinturón dorado de cadena, al tiempo que replica su *bling bling*, convierte un outfit básico en toda una declaración de estilo.

Chanel
Cinturón de cadena, 1.160 €;
(chanel.com).

Negro a ras

Siempre es bienvenida la vuelta de un clásico infalible. El abrigo negro es ahora más largo y se toma ciertas licencias estéticas, como incorporar solapas XL o lentejuelas (Gucci dixit). Un gran comodín válido dentro y fuera del horario de oficina.



MICHAEL KORS COLLECTION

CAROLINA HERRERA

BRANDON MAXWELL

7 Todo es gris...

...y sofisticado. Olvida cualquier connotación climática que te aleje del color que necesitas. Con pantalones, falda asimétrica, grandes jerséis de lana, botas y siluetas envolventes, el gris sigue en el podium del *dress for success*.



Hombros extra

La moda internacional se puso de acuerdo hace varias temporadas y ahora consolida el hombro de dramáticas proporciones, recordando que los años ochenta y hitazos como los outfits de *Armas de mujer* o las directrices de visionarios como el diseñador Claude Montana sí sirvieron para mucho. Pruébalo en gabardinas, abrigos y blazers y recibe sus poderes.



BALMAIN

8

REINO ANIMAL

LA COLECCIÓN DE ALTA JOYERÍA **NATURE SAUVAGE, DE CARTIER**, RINDE HOMENAJE A LA FAUNA QUE HA PROTAGONIZADO LAS PIEZAS MÁS ADMIRADAS DE LA MAISON. PANTERAS, FLAMENCOS, CEBRAS, TORTUGAS O SERPIENTES LUCEN SUS MEJORES GALAS Y 'VISTEN' LOS NUEVOS ICONOS.



o es sencillo que una pieza de Alta Joyería se convierta en mito. Pero, una vez que el tiempo (y un público entregado) la enaltece y transforma en objeto de deseo,

reinterpretarla puede ser un riesgo. La memoria y el imaginario fijan conceptos y diseños, por lo que readaptar lo idolatrado tal vez no consiga el resultado esperado.

Y sin embargo, hay excepciones como Cartier, la firma que no solo crea sino que reimagina grandes clásicos dándoles una pátina de modernidad y excelencia pocas veces vista. Es el caso de *Nature Sauvage*, el último lanzamiento de Alta Joyería, que aporta una nueva mirada a toda esa fauna de magníficos animales que han poblado las creaciones de la *maison* desde los albores de esta (allá por mediados del siglo XIX).

La nueva colección, un total de 87 piezas que se presentaron en sociedad la pasada primavera durante un glamuroso desfile celebrado en el Museo de Artes Aplicadas de Viena, exhibe distintos animales recurrentes en la joyería de Cartier, pero que ahora aparecen 'escondidos', cuando no camuflados, en entornos mágicos. Hablamos de piezas únicas, aunque también de auténticas esculturas que ponen en altísimo valor el trabajo de Jaqueline Karachi, directora creativa de Alta Joyería de Cartier, así como esa sinergia entre joyeros, diseñadores y pulidores que se teje en los *quartiers* de la *maison*. En las joyas de *Nature Sauvage* hay historia, hay homenaje y hay también mucha creatividad.

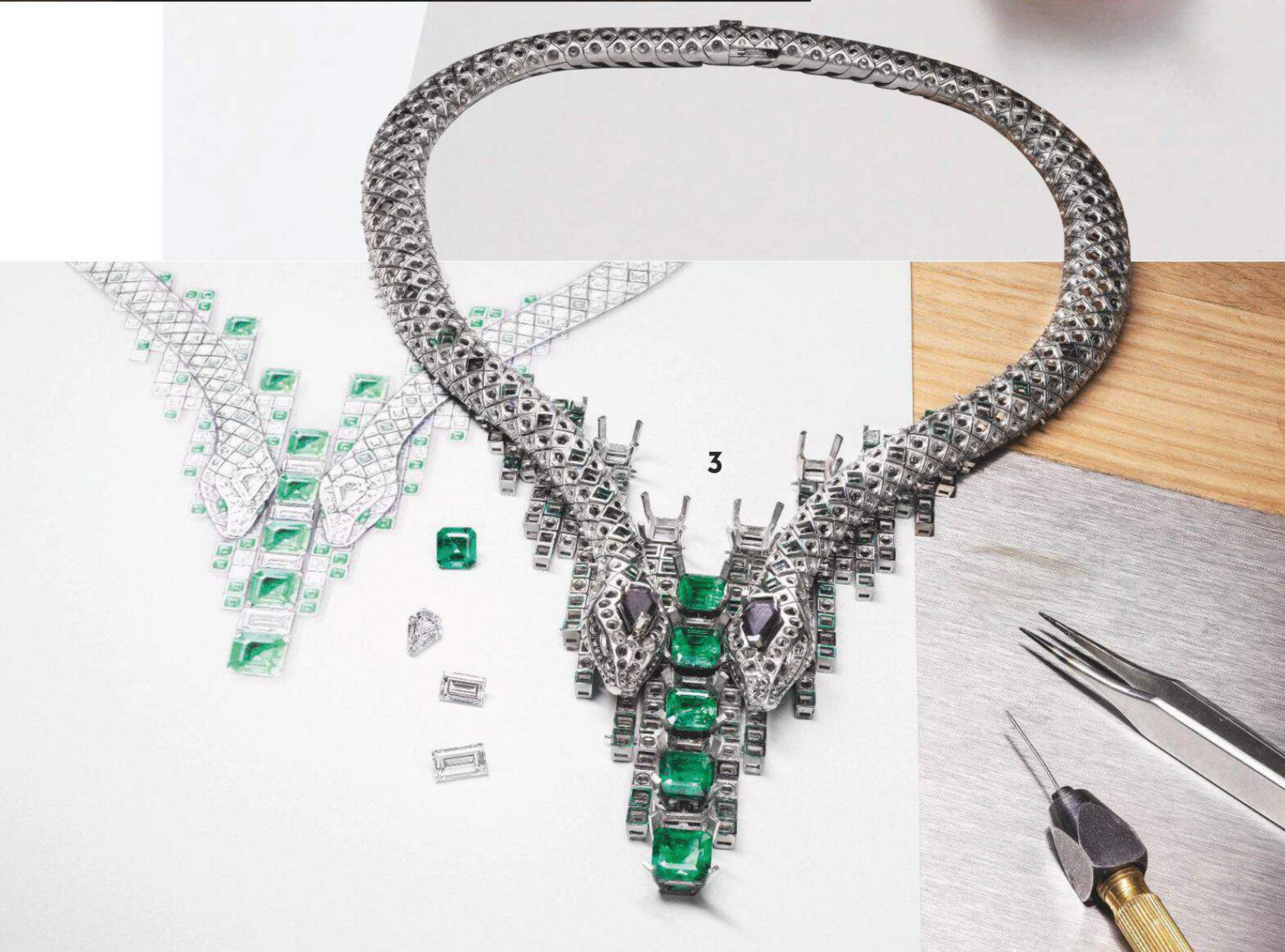
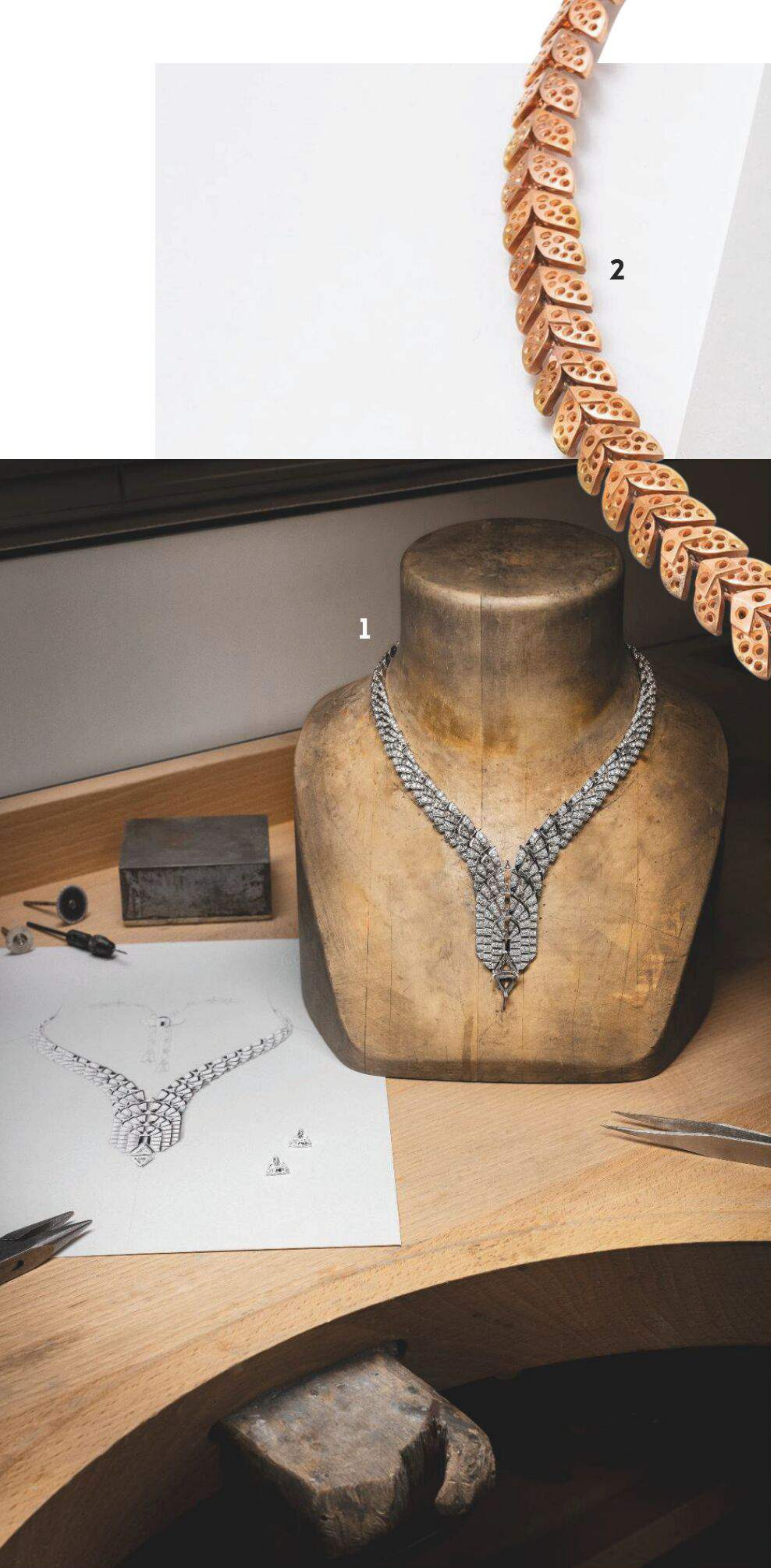
Estas cualidades se hallan presentes en maravillas como *Celestun*, un precioso collar donde un flamenco, de laca negra y oro rosa y con plumaje de diamantes, se significa en un entramado donde destacan, sobre todo, las esmeraldas que evocan los juncos, hábitat natural de esta ave emblemática

en los archivos de la firma. Según nos cuentan, confeccionar semejante fantasía ocupó más de 1.000 horas de trabajo. Una delicada labor de orfebrería que también concurre en *Panthère Jaillissante*, pulsera-anillo articulada protagonizada por esa pantera que ocupa un lugar de honor dentro del imaginario de la *maison*. En esta joya, la fiera se manifiesta con pelaje de diamante salpicado de zafiros y ojos de esmeralda. La imagen transmite poder y desafío, sobre todo teniendo en cuenta que 'guarda' una esmeralda única, de 8,63 kt y procedente de Zambia.

Pantera y flamenco no son los únicos animales estrella de esta fauna preciosa y preciada. Junto a ellos, la cebra es la 'guinda' del collar *Koaga*, donde vemos al équido sosteniendo en su boca un diamante talla esmeralda y una rubelita talla pera de 6,25 kt; dos reptiles simétricos, cuyas cabezas se coronan con diamantes kite, protagonizan el collar *Amphiste*; un collar que simula un rascacielos –hablamos de *Alae*– añade un escarabajo y una tortuga hace magia en otro collar, de nombre *Mochelys*. La peculiaridad de este último es que, prácticamente, solo los ojos muy avezados son capaces de distinguir al animal en una joya que juega a la sorpresa: la tortuga se puede extraer y acabar convertida en broche con solo plegar dos enganches apenas visibles. Un prodigio de ingeniería modular que da idea de la labor de filigrana que esconden los patrones de la Alta Joyería Cartier.

Todas las joyas de la colección *Nature Sauvage* se pueden mirar y admirar en la web de Cartier (cartier.com). Un apasionante juego de volúmenes, colores y elementos que convierten la naturaleza en tesoro y la engalana con piedras preciosas únicas en el mundo por su tamaño, su forma o su color gracias al *savoir faire* de la *maison* y de sus reputados maestros artesanos. ■

1. Collar *Alae*, geometría art déco en ónix y diamantes, junto a su boceto original. **2.** *Mochelys*, una de las piezas más sorprendentes de la colección *Nature Sauvage*. En ella se camufla una tortuga bajo un motivo de escamas de diamantes y rubelita. **3.** En el collar *Amphiste*, dos reptiles, con escamas de diamantes engastadas con esmeraldas, fluyen y confluyen. De esta comunión también participan nueve esmeraldas octogonales procedentes de Colombia que suman 14,72 kt. **4.** El diseño de la cebra de *Koaga* combina rayas de ónix y sinuosas líneas con pavé de diamantes talla brillante y esmeraldas.





TRENCH REVOLUTION

SE LA HA ENCASILLADO BAJO EL TÉRMINO 'CLÁSICA'. INCLUSO SE LA HA QUERIDO REDUCIR A BÁSICO. PERO SI HAY UNA PRENDA QUE MANTENGA INTACTA SU CAPACIDAD PARA INNOVAR -Y SORPRENDER-, ESA ES **LA GABARDINA**. Y ESTA TEMPORADA HACE ALARDE DE ELLO SIN PUDOR... Y CON MUCHA ORIGINALIDAD.

por **LAURA GARCÍA DEL RÍO**

Con mangas de pelo en Ami y doble botonadura en Khait; *cocoon* en Vetements y de corte trapecio en The Row; en piel de cocodrilo (vegana, faltaba más) en Stella McCartney y látex en Tory Burch; convertida en *body* en Coperni y vestido en Balenciaga; con estampado *tie dye* en Balmain y grafiteada en Dior; cubierta de flores tridimensionales en Cecilie Bahnsen; híbrida con camisas en Sacai y americanas en Lutz Huelle; marmolada en Roberto Cavalli.... Incluso transparente en Tom Ford. Amén, claro, de las de la legión de editoras, influencers, estilistas y profetas de tendencias que promulgan estilo desde la calle. O la devoción de las *celebrities* por ciertas versiones, como la vaquera que han lucido Blake Lively, Margaret Zhang y Katie Holmes –inesperado pero muy eficiente referente de estilo desde que salió a la calle con aquel sujetador de lana de Khaite–: con 35 grados a la sombra todavía, internet ya la ha coronado la prenda estrella del próximo otoño y desde Schiaparelli hasta The Frankie Shop ya la tienen en su ajuar.

NUEVOS CÁNONES

Si tomamos la ubicuidad como medida del éxito, el de la gabardina esta temporada está garantizado. Pero más interesante aún que el ingente número de iteraciones –hasta 236 contaba la plataforma Tag-Walk, recientemente coronada como el Google de la moda por *The New York Times*, en las pasarelas de este otoño/invierno– son las reinterpretaciones

y revisiones que plantea la nueva temporada. “Las opciones ahora mismo son ilimitadas”, asegura Libby Page, directora de compras de Net-a-Porter.

Que la reinención constante es la fuerza motriz de la moda no resulta nuevo. Como tampoco lo es ver a la gabardina convertida en una suerte de laboratorio donde poner en práctica la más loca y aguerida de las deconstrucciones. “Nada le gusta más a esta industria que un cambio de *look*. Y esta temporada ha decidido que su buena y fiel amiga necesitaba uno drástico”, escribía Jessica Michault en las páginas del *International Herald Tribune* en 2004 a propósito de la retahíla de propuestas que tomó las pasarelas aquel año. Dos décadas más tarde, el clásico vuelve a ejercer de “lienzo en blanco” –palabras de Rok Hwang, que en la última entrega de su firma Rokh ha llegado a acolcharla, fusionarla con una perfecto de cuero y convertirla en un corsé–. Y tampoco ahora es casualidad que una de las prendas más proverbiales del vestidor sea la elegida para dar cancha al deseo de experimentación acumulado tras varias temporadas de lujo silencioso, armarios cápsula y *normcore*: en un momento en el que el péndulo se mueve entre la inversión pragmática y la expresión radical de individualidad, la gabardina ofrece ambos. “Como los vaqueros, la gabardina se ha convertido en parte del vocabulario de la moda”, sostiene Jane Tyrn, profesora de estudios culturales en la Central Saint Martins y autora del *Trench Coat (Object Lessons)*. “Uno de esos arquetipos sartoriales que el sistema ha abrazado. Precisamente, porque reúne funcionalidad y estilo,” comenta.

EL CAMBIO COMO CONSTANTE En el sentido de la agujas del reloj: la versión con mangas de pelo de la pasarela de otoño-invierno 2024/25 de Ami; Marlene Dietrich y su gabardina de hombre rompiendo estereotipos ya en 1933; las propuestas de la temporada de The Row, Vetements, Coperni y Dior; Ingrid Bergman y Humphrey Bogart en *Casablanca* (1942); el libro homónimo que Burberry –no inventora pero sí paladín del *trench*– publicó en 2022 junto a Assouline, un repaso visual a los 168 años de la firma en el que el *trench* tiene un papel protagonista.

Nacida a principios del siglo XIX a modo de chaqueta de algodón engomado para escapar de las inclemencias climáticas de la campiña inglesa, se hizo fuerte en la Primera Guerra Mundial, vistiendo a los oficiales británicos en las trincheras. Terminada la contienda, saltó a la calle. Hasta que en los años 40 Hollywood la puso en pantalla junto a Humphrey Bogart y Marlene Dietrich. Y ahí es donde la cosa se pone interesante. Romantizada por un celuloide que la hizo indisoluble de detectives, periodistas intrépidos, anti-héroes irresistibles y *femmes fatales*, la moda no tardó en echarle el ojo. Saint Laurent la subió a la pasarela y entre Lauren Bacall, Audrey Hepburn, Alain Delon y Jackie Kennedy la convirtieron en cénit de la elegancia mientras la industrialización le sacaba partido produciéndola (y vendiéndola) en masa. Habitual en las revistas, Helmut Newton inmortalizó su vertiente sexy y el *power dressing* de los 80 trastocó la codificación de género que ya había empezado a tambalearse con el esmoquin, apuntalando en el re-

pertorio sartorial una prenda con mil vidas. “Es la inversión ‘para siempre’ por excelencia en cualquier armario”, se-
cunda Page. “Un básico funcional que los diseñadores saben que se traducirá bien en ventas.” La infalibilidad comercial de la gabardina está más que comprobada. “Cada año a partir de, aproximadamente, la primera semana de septiembre, las búsquedas se disparan”, afirma Irene Matías, *lead client partner* y especialista en marcas de moda para España en Pinterest. El 2023 vivió una escalada del 200%, y en este no se espera que la cifra vaya a ser menos. Pero lo que la convierte en “la pieza de fondo de armario definitiva”, defiende Page, es “su capacidad de interpretarse en un sinfín de estilos”. En los últimos tres meses, las búsquedas de gabardinas en Net-a-Porter han aumentado un 250 %, y aunque la clásica *beige* sigue figurando, son las de cuero y las *cropped* las que se llevan el gato al agua. “La fuerza de la gabardina viene precisamente de su versatilidad inagotable. Y la oferta actual es un reflejo de la diversidad de elección de la moda hoy”, explica la directiva de la plataforma de e-commerce, que cuenta la versión corta con cinturón de Khaite, la revisión con detalles de cuero de Bottega Veneta y el modelo Fleming en lana de The Row –epítome del estudiado, y carísimo, minimalismo de la enseña– entre los *highlights* de la temporada.

GLOBALIZACIÓN SINGULAR

Como todo icono, está blindada por una cualidad inherente para burlar el tiempo y desoír el imperativo de las modas pasajeras, permitiéndose cambiar sin perder su identidad. Y eso es lo que la hace tan aficionada al cambio. Desde su origen “la gabardina ha escoltado la idea de vanguardia, una ruptura de los límites”, dice Tynan. Y no solo en lo material, sino también en lo social. “El crisol británico que une a aristócratas, estrellas del rock y gente de campo”, pronunció una vez el diseñador Christopher Bailey –que durante los 17 años que estuvo al frente de Burberry se dedicó a reformularla– refiriéndose a una prenda que tiene tanto sentido sobre los hombros del Príncipe de Gales y el Inspector Clouseau como los de Claudia Schiffer o Grace Jones. “Toda la historia que le acompaña hacen del *trench* una pieza de estatus de clásico”, dice Laura Cerrato Mera, profesora de historia de la moda en IED Madrid. Pero eso, también, la convierte en universal, y en esa universalidad habita su aptitud para transformarse, formulando la paradoja de un prêt-a-porter que abandera la colectividad al tiempo que aplaude la singularidad. “La individualidad es fundamental en las elecciones que tomamos sobre cómo vestimos. El valor está en elegir una prenda y hacerla nuestra”, dice la experta. “Y la gabardina, un diseño colectivo que resulta complicado vincular a un grupo social o una estética, se presta a ello.” ■



ICONO INCOMBUSTIBLE

Junto a estas líneas, Claudia Schiffer en el desfile de otoño-invierno 1992/93 de Jil Sander. Arriba, de izquierda a derecha, las versiones de la gabardina para esta temporada de Iceberg, Rabanne y Cavalli.

CORTE, COLOR, PRODUCTO, TRATAMIENTO Y UN BUEN DIAGNÓSTICO Y ASESORAMIENTO. ESTAS SON LAS CLAVES DE UNA MELENA PERFECTA QUE LOS MEJORES EXPERTOS DE L'ORÉAL PROFESSIONNEL, REDKEN Y KÉRASTASE HAN PUESTO EN PRÁCTICA JUNTO A LAS JÓVENES ACTRICES DEL MOMENTO.

por **CANTAL CEÑA** fotografía **DANNIEL ROJAS** realización **FRANCESCA RINCIARI**



Gabriela Andrada
Actriz.

María de Nati
Actriz.

Juandiegoteo
Hair designer,
experto colorista y
embajador de
Redken.



Aïcha lleva
top de piel de
COS con
espalda al aire
(cos.com) y
sandalias de
Martinelli x
Redondo Brand
(martinelli.es).

Víctor del Valle & Aïcha Villaverde

EL EMBAJADOR DE KÉRASTASE Y L'ORÉAL PROFESSIONNEL, UNA AUTORIDAD EN CAMBIOS DE LOOK, HA ELEGIDO PARA LA ACTRIZ DE NI UNA MÁS UN CURVED BOB CON VOLUMEN Y MUY PULIDO.

El cabello de la actriz Aïcha Villaverde fue el 'culpable' de que consiguiera el papel de Nata en la serie *Ni una más* (Netflix). "Siempre he llevado el pelo largo, pero justo antes de este proyecto me habían propuesto para un papel en otra producción, muy chiquitito, en el que una de mis escenas iba a ser rapándome la cabeza. Yo dije que sí, porque me lanzo a todo, y para ir haciéndome a la idea me corté el pelo a la altura de las orejas. Luego no me llamaron y, gracias a eso, hice el casting de *Ni una más*. Me vieron con el *look* de pelo corto y me dieron el personaje", cuenta. Ese corte le proporcionó una alegría, pero también algún que otro quebradero de cabeza. "En realidad tengo el pelo rizado y durante el rodaje se me estropeó más de lo normal, porque mi personaje lleva el pelo liso, muy pulido y claro, me lo tenían que trabajar mucho. Los días que no rodaba intentaba no tocármelo, pero me costó mantenerlo bien. Es más, cuando acabé la serie, a pesar de llevarlo corto, me lo tuve que cortar más todavía porque lo tenía muy estropeado. No obstante, lo volvería a cortar si me lo exigen para un papel, aunque reconozco que ahora mismo me costaría", admite.

Hoy lleva una melena perfecta para el *look* que le ha elegido el estilista Víctor del Valle, embajador de Kérastase y L'Oréal Professionnel. "El peinado de Aïcha es un *curved bob*. Como yo ya tengo unos años -bromea-, me he remontado a la peluquería clásica, de volumen, *brushing*, puntas hacia dentro, melena pulida... y eso requiere una preparación de cabello, con un buen protector térmico,

un grado de humedad suficiente, trabajar las direcciones de las raíces y, por supuesto, pulir mucho la melena y, si es necesario, acabar con una herramienta de *styling*", explica. "Respecto a los cuidados, el pelirrojo, si es natural, tiene poco mantenimiento, lógicamente. Pero cuando es artificial o químico, sí requiere muchos cuidados. De hecho, son los tonos que más mantenimiento exigen." Lo sabe bien, quizá porque uno de sus sueños es que pase por sus manos otra melena rojiza, la de la actriz Julianne Moore: "Me encantaría tocarle el pelo ahora que viene a España con Pedro Almodóvar", fantasea. Y quién sabe si cambiarle el *look*, porque Víctor del Valle tiene casi dos millones de seguidores en Instagram (@victordelvalle_) gracias a sus famosas transformaciones de gente anónima, mujeres de todo tipo que pasan por su salón en Sevilla. "Yo hago cambios de *look* desde siempre, porque ha sido mi fuente de realización a nivel profesional. Era lo que soñaba de pequeño; lo que he hecho durante toda mi vida. Los vídeos que subo actualmente han tenido tanto éxito porque no son modelos ni chicas guapísimas a las que todo les queda bien; sacamos a personas de a pie, normales."

Un gran chute de autoestima, ya que "el cabello es un complemento que tienes que llevar contigo todos los días sí o sí e influye mucho en tu estado de ánimo". Aïcha es de la misma opinión: "El pelo es muy importante, da mucha personalidad. Yo estoy muy contenta con el que tengo, pero no siempre ha sido así. Hay que encontrar la belleza en lo que es tuyo, en lo que te hace auténtico".

LOS BÁSICOS

Las claves del *look* de Aïcha Villaverde pasan por tres fases, cada una con un producto: fortalecer y proteger el color, pulir el peinado y aportar brillo a la melena como punto final.



L'Oréal Professionnel
Aceite Metal Detox con glicoamina para evitar la rotura del cabello, nutrirlo y protegerlo hasta los 230°, 36.59 €; (loreal-professionnel.es).

L'Oréal Professionnel
La styler Steampod 4 incorpora una tecnología a vapor patentada que provoca hasta 95% menos daño en el cabello, 265 €; (lorealprofessionnel.es).



Kérastase
El aceite Elixir Ultime se ha reformulado con camelia francesa silvestre y se ha añadido un formato recargable. Consigue hasta 96 horas sin encrespamiento, 67 €; (kerastase.es).

María lleva
vestido de
Guess by Marciano
con detalle de encaje
(guess.eu)
y zapatos de
Martinelli
x Redondo Brand
(martinelli.es).



Juandiegoteo & María de Nati

EL BRILLO Y EL VOLUMEN PROTAGONIZAN EL LOOK QUE EL EMBAJADOR DE REDKEN, JUANDIEGOTE, HA CREADO PARA LA ARTISTA. ¿EL RESULTADO? UN PELO SANO Y PULIDO.

Un cabello con un aspecto sano y brillante. “Es la idea, ¿no? Estamos en una producción de pelo”, dice Juandiegoteo (@juandiegoteo_), experto colorista y embajador de Redken. “He elegido un *look* para María donde los protagonistas son el brillo y la salud de su cabello. Una melena pulida, sana y radiante. Un estilo de peinado con volumen que hemos trabajado con onda gruesa y marcada.”, explica. “Ella tiene el pelo fino y le he recomendado que lo proteja de las altas temperaturas de tenacillas y secadores. Le vendría genial también un aporte de proteínas”. Los productos ayudan, pero lo realmente importante para Juan Diego es el diagnóstico. “La clave de un buen trabajo es esa, que te dejes asesorar por un buen profesional que entienda las características de tu cabello y te ayude a sacarle el máximo beneficio a los productos.” Una rutina de cuidado de cabello que cobra cada vez más importancia. “Es curioso: hay clientas que cuando vienen al salón me dicen que no les gusta determinado producto y lo que pasa es que o no se lo están aplicando bien o no es para su tipo de cabello.” Por suerte, cada vez contamos con más información y nos dejamos aconsejar mejor. “Antes no se cuidaban tanto el cabello, pero a día de hoy y también gracias a las redes sociales, podemos hacer llegar la necesidad de elegir bien tu rutina capilar confiando en productos profesionales específicos. Yo llevo trabajando con Redken más de 8 años y he notado verdaderas transformaciones de cabello en mis clientas”, celebra el estilista. María de Nati también es consciente de la importancia del cuidado para notar re-

sultados. A principios de verano estrenó *Las pelotaris 1926* (SkyShowtime) y este otoño estrena *¿A qué estás esperando?* (Atresplayer). “No solo me cuido el cabello, me cuido en general, desde pequeña. Hace que me sienta mejor. Y soy mañosa: hay muchas veces que me hago yo el pelo para los eventos, pero es cierto que resulta complicado y al final es lo que más me importa de todo. Si voy bien peinada, está todo bien. Si los pelos van mal, está todo mal.” Porque, para María, “el cabello tiene mucho que ver con la autoestima y, aunque no siempre he estado contenta con mi melena, le encuentro sus ventajas, es muy agradecida con los cambios. Pero sí que a lo largo de los años, con tanto trabajo, tantos proyectos que he hecho con diferentes *looks*, se me ha ido quemando y estropeando”. Precisamente para evitar esto es muy importante usar los productos adecuados y prestar atención incluso a los más básicos. “La mayoría insiste mucho en el tipo de champú y, sinceramente, hay otras inversiones interesantes”, advierte Juan Diego. “Esto entre comillas, porque muchas veces nos enfocamos en elegirlo según el tipo de cabello y también hay que hacerlo conforme al tipo de cuero cabelludo. Después, para proteger la fibra capilar, debemos utilizar acondicionador de uso diario y, una vez por semana, mascarilla para nutrir. Un protector capilar y un sérum para finalizar, que mucha gente no se aplica porque cree que engrasa el pelo y es porque no se usa bien (hay que aplicarlo de medios a puntas)”, explica. Y lo más importante, no cometer errores graves como “pasarse la plancha con el cabello húmedo”, insiste.

LOS BÁSICOS

Una rutina capilar a base de proteínas e hidratación con un champú, protector térmico y sérum que han ayudado a la melena de María a mostrar su mejor versión.



Redken
Champú Acidic Bonding Concentrate limpia, repara y protege gracias a la tecnología bonding, 32,90 €; (redken.eu).



Redken
Tratamiento sin aclarado Acidic Color Gloss, que aporta protección térmica hasta 230°, suavidad y brillo gracias a la molécula incorporada shine complex, 28€; (redken.eu).



Redken
All Soft Aceite de Argán aporta suavidad, sella las puntas y añade brillo al cabello, 22,30 €; (redken.eu).



Gabriela lleva
vestido de
punto de
Guess
by Marciano
(guess.eu)
y zapatos
de Mango
(mango.com).

Eu Scissors & Gabriela Andrada

REALZAR SU RIZO Y DARLE UN TOQUE SALVAJE. EL ESTILISTA Y EXPERTO EN CORTE Y COLOR DE L'ORÉAL PROFESSIONNEL Y KÉRASTASE LO TENÍA FÁCIL CON LA ACTRIZ Y SU "CORTE INCREÍBLE".

Lo de Eu Scissors con la actriz Gabriela Andrada ha sido un verdadero flechazo capilar. “Este corte le queda increíble; si le hubiera tenido que diseñar yo el look, hubiera elegido el mismo”, asegura. “Lo que he hecho ha sido realzar su rizo y darle un toque más salvaje. Su cabello realmente es ondulado, no llega a ser un rizo cerrado y, como estilista, creo que lleva lo que le favorece. Si le tuviera que dar algún consejo sería que mantenga una buena reconstrucción y utilice protector térmico, porque las actrices pasan por muchos procesos de calor en los rodajes”, continúa. Un buen consejo para alguien como Gabriela que, cuando no está trabajando, procura llevar el pelo lo más natural posible. “No estoy acostumbrada a usar plancha ni secador en mi casa, siempre lo dejo secar al aire. Por eso, cuando estoy en un rodaje y utilizan muchas herramientas de calor, lo noto, mi melena se queja. Aunque es cierto que se preocupan de ponerme protectores térmicos, productos hidratantes... Utilizan los mejores productos profesionales, pero cuando el pelo es virgen, se resiente.” Sabe de lo que habla, porque no ha parado de trabajar en 2024. “Este año he grabado tres películas, estoy eufórica. La segunda y tercera parte de la saga de *Culpa mía* (Prime Video) y luego mi primer papel protagonista con *Pídeme lo que quieras* (Prime Video). Está basada en la saga de libros de Megan Maxwell y se estrena el 29 de noviembre”, adelanta. ¿Hasta dónde estaría dispuesta a llegar Gabriela por un personaje? “Si es un proyecto que me mueve y en el que tengo fe, no hay límites. Si es, por ejemplo, Natalie

Portman en *V de Vendetta* rapándose, claro que sí, trae la maquinilla”, bromea. “Pero cuando se trata de un proyecto que no me transmite lo suficiente no haría cambios radicales, porque me limita para los siguientes trabajos”, explica. Y hablando de proyectos y estrenos, según Eu Scissor (@euscissors), experto en color y *styling* para L'Oréal Professionnel y Kérastase, una alfombra roja es el escenario en el que más disfruta. “Me gustan las sesiones de fotos, pero la energía que se vive en una *red carpet* es increíble. Estás viendo cómo tu trabajo pasa por delante de los focos y se convierte en el centro de todas las miradas.” Respecto a sus musas, lo tiene claro: Rihanna. “Me inspira muchísimo, es muy atrevida. Ha llevado de todo en cuanto a cortes y colores. Pero si tuviera que decirte cuál es la mejor melena que ha pasado por mis manos, sería la de mi chica, la actriz Penélope Guerrero.” A Gabriela le gusta la melena rizada de Julia Roberts. “No solo el pelo en concreto, su look entero. Sobre todo en los años 90, cuando hizo *La boda de mi mejor amigo* con esa melena salvaje, esas americanas y esas gafas de sol.” Está claro que el pelo de un personaje marca mucho, igual que en la vida real. “La peluquería la veo como la arquitectura, con un corte o un peinado vas a conseguir un efecto más cuadrado, más redondo o más ovalado en la cara de la persona”, declara Scissors. “En España somos muy básicos, que no está mal, pero yo soy partidario de arriesgar. Si estás cómoda con lo que llevas y te favorece, adelante. Aunque solo se vive una vez: juégatela, el pelo acaba creciendo.”

LOS BÁSICOS

Evitar la rotura para que melena y flequillo estén perfectos y añadir un spray de acabo especial para el cabello rizado. Esta ha sido la rutina que Eu ha utilizado con Gabriela.



Kérastase
Champú reparador descalcificante de la línea *Première*, combate el calcio del agua que provoca la rotura del cabello, 36 €; (kerastase.es).



Kérastase
Mascarilla *Masque Filler Réparateur* es un tratamiento reparador anti rotura para cabello dañado, 61 €; (kerastase.es)



L'Oréal Professionnel
Spray de sal texturizante para rizos desenfadados *Beach Waves*, de la línea *Tecni. ART.*, 15,50 €; (lorealprofessionnel.es).

EMOCIONES A FLOR DE... PELO

NO HAY DUDA. UN GOOD HAIR DAY PROVOCA UN SUBIDÓN INSTANTÁNEO DE AUTOESTIMA, MIENTRAS QUE UN BAD HAIR DAY PUEDE OBLIGARNOS A CANCELAR PLANES. ¿ES TANTO EL PODER QUE EJERCE EL CABELLO EN NUESTRO ESTADO DE ÁNIMO?

Rotundamente sí. Rupturas sentimentales que se dan por superadas a golpe de tijera (lo que se conoce en inglés como un *breakup haircut*); cambios de etapa vital que se resuelven aclarando dos tonos el cabello; flequillos extralargos que protegen a adolescentes excesivamente tímidos; disgustos que se aplacan con un cambio de imagen radical... Hace mucho tiempo que el pelo olvidó su auténtica misión fisiológica (proteger el cuero cabelludo) y se ha convertido en el complemento de elección masiva a la hora de aumentar nuestra autoestima y posicionarnos ante la vida. Como explica la psicóloga Sara Rodríguez Lainz, del grupo Cúdate, “el cabello es la manera más accesible que tenemos de cambiar de una forma visible. Permite una solución rápida, cómoda y relativamente económica y los demás lo notan fácilmente. En ocasiones, el vuelco vital ya está hecho y el cambio de imagen representa el éxito de haber dejado el pasado atrás. Además, mimar nuestro pelo es mimarnos a nosotras. Una relación sana

El 30%
DE MUJERES SUFRIRÁ
ALGÚN TIPO DE
pérdida de cabello
A LO LARGO DE SU VIDA
LO QUE, SEGÚN LOS EXPERTOS,
PUEDE PROVOCAR
**ansiedad
y depresión**

7 de cada 10
EUROPEOS CONSIDERA
QUE LOS PRODUCTOS DE
CUIDADO PERSONAL
(LOS DE CABELLO INCLUIDOS)
repercuten
directamente en su
calidad de vida
Y AUTOESTIMA

conmigo misma parte de ese autocuidado y es un claro reflejo de una autoestima saludable”. Esta última también resulta determinante a la hora de definir nuestra relación con el pelo. Para la doctora Cristina Serrano Falcón, tricóloga y dermatóloga del GEDET, la calvicie es un buen medidor del amor propio: “Hay personas que se sienten cómodas con ella y las hay incluso que se rapan la cabeza. Sin embargo, cuando el amor propio es bajo o está alterado, la falta de pelo se convierte en un problema que puede producir pena, tristeza, rabia y hasta derivar en trastornos como ansiedad y depresión”.

EL PODER DEL CAMBIO

El peluquero Víctor del Valle (@victordelvalle_) lo vive en primera persona a diario. Sus cambios de *look* son virales en TikTok e Instagram y provocan un carrusel intenso de emociones en sus clientas. “Es alucinante, la gente ríe, se emociona. Evidentemente, cuando la transformación es mayor, la emoción también. Hay personas que vienen con el cambio muy digerido y otras que lo van digiriendo a me-

dida que se van viendo frente al espejo. En cualquier caso, el impacto terapéutico es brutal, porque la gente se siente muchísimo mejor”, resume Del Valle, embajador profesional de Kérastase y L’Oréal Professionnel.

Pero la metamorfosis no se limita a ese instante que vemos en las redes sociales. Como añade el peluquero, “cuando vuelven a venir al salón a retocar el corte o el color resulta muy gratificante ver, no solo la sonrisa con la que entran, sino cómo se mueven, cómo se expresan, cómo han cambiado la forma de vestir. Todos te hablan del impacto que ha tenido su nueva imagen en los demás y, por supuesto, de cómo ha mejorado su ánimo. Han llegado a decirme que les he devuelto las ganas de vivir”.

No se trata de una percepción exagerada. Un cambio de imagen puede animarnos a afrontar determinados problemas y situaciones o a cortar con personas o aspectos que no nos hacen felices. La psicóloga lo ve muy claro: “Cualquier pequeña transformación que se emprenda en la vida, como pasa con la de imagen, puede ser el punto de partida para realizar otras más importantes. La rueda del cambio es como un motor que necesita gasolina, y cuanto más combustible se añada, mayor motivación para seguir en esa dinámica sumará. Toda metamorfosis que nos ayude a mejorar físicamente sin renunciar a ser las personas que somos puede llevarnos a una mejor gestión de nuestra felicidad”.

UN LOOK A MEDIDA DE CADA ETAPA

Nuria Durán, de Nuduka Estilisme (@nudukaestilisme_), tiene muy bien cogido el ritmo de las emociones a las mujeres. Así como en primavera y verano se prepara para realizar cortes frescos y teñir con colores más claros y vibrantes a petición de sus clientas, también sabe que hay momentos emocionales que demandan su propio *look*. “Las distintas etapas influyen en lo que nos piden. Tras una ruptura, es normal reclamar un cambio

8 de cada 10
MUJERES SE
tiñen el pelo
Y LOS CAMBIOS
DE TONALIDAD SUELEN
CORRESPONDER CON
cambios
de etapa vital

EL MERCADO DEL
CUIDADO DEL CABELLO

(15,1%)

ESTÁ CERCA DE
desbancar

AL DEL PERFUME

(15,8%)

drástico, como una forma de dar un nuevo giro a la vida comenzando por el cabello. Es cuando las mujeres se atreven a llevar el pelo más corto y a probar tonos diferentes y más atrevidos. Con los despidos o un nuevo trabajo, sin embargo, suelen buscar estilos que aporten más confianza, cortes más elegantes y colores naturales que proyecten una imagen muy profesional.”

EL CABELLO COMO MÉTODO DIAGNÓSTICO

Tal y como apunta Sara Rodríguez, “hay diferentes tipos de desórdenes psicológicos que pueden estar vinculados a nuestra relación con el pelo. Por ejemplo, el trastorno bipolar podría manifestarse a través de cambios de imagen radicales, y hay otro tipo de patologías psicológicas que pueden llevar asociados cambios de *look* llamativos como reflejo de esa inestabilidad que predomina en su personalidad”. Pero no hace falta llegar tan lejos, porque incluso un bajo estado de ánimo puede identificarse a través del pelo. “La conducta de abandono en personas que antes se teñían con regularidad y han dejado de hacerlo podría ser un indicador de depresión”, añade la psicóloga.

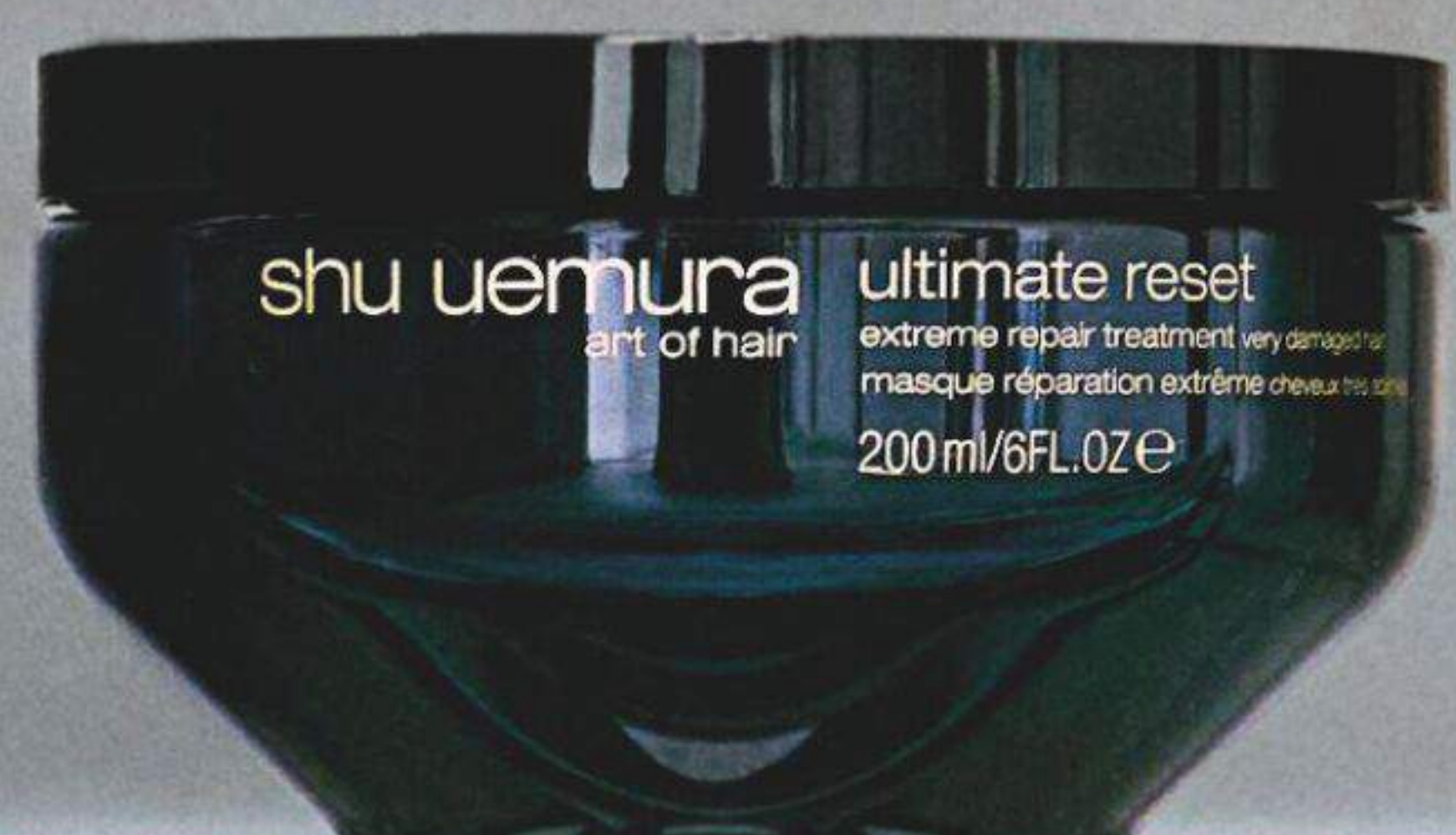
CANAS QUE EMPODERAN

No obstante, el cabello también puede transmitir reafirmación e incluso rebeldía. De hecho, en los últimos años son numerosas las mujeres conocidas –abanderadas por Andie MacDowell a nivel internacional y la actriz Laura Sánchez en España– que se han decidido a lucir orgullosas sus canas. Lo que antes podría relacionarse con un síntoma de dejadez se ve ahora como un acto casi revolucionario que esconde una buena dosis de autoafirmación. Sara Rodríguez nos da su visión: “Tiene que ver con una nueva filosofía de vida que cada vez defiende más la naturalidad. Creo que su fin es empoderarse a través de esta elección”. ■

TOCADOR CAPILAR

LARGA O CORTA, TODA MELENA NECESITA UN PROGRAMA DE PRELAVADO, LAVADO, TRATAMIENTO, ACABADO Y STYLING. Y ES IMPORTANTE SABER EL ORDEN CONCRETO DE APLICACIÓN PARA SACARLE EL MÁXIMO PARTIDO A CADA PRODUCTO. SI AÚN TE QUEDAN DUDAS, ESTE ES EL PLAN DE ACCIÓN.

por **MARTA CÁMARA**
fotografía **DANNIEL ROJAS**



1. PREPARAR

Concentré Décalcifiant de Kérastase

Tratamiento prechampú de acción descalcificante y reparadora. Elimina la acumulación de calcio -responsable de la rotura- en el cabello y lo repara desde el interior reconectando los enlaces de queratina dañados. El resultado es una melena más fuerte, suave y brillante. No se aclara y hay que dejar que actúe durante cinco minutos.

Con textura de gel transparente, 65 €; (kerastase.es).

2. LAVAR

Acondicionador Acidic Color Gloss de Redken

Tras el primer paso del champú *Acidic Color Gloss*, para proteger y mantener el brillo del color del cabello, aplicamos el acondicionador de la misma línea. Ayuda a mantener el color y dar un brillo intenso al cabello durante más tiempo como recién salido del salón. La combinación de ambos productos mantiene el color vibrante hasta 32 lavados, 30,60 €, (redken.eu).

3. REPARAR

Sérum Absolut Repair Molecular

Pertenece a la línea *Absolut Repair* y es capaz de reparar dos años de daños con un solo uso. Su tecnología roza la ciencia ficción. Este tratamiento consigue descomponer los péptidos reparadores para inyectar sus componentes por separado en la fibra capilar. Una vez en el interior, reforman y reconstruyen la estructura macromolecular del cabello transformándolo en su totalidad, 35,46 €; (lorealprofessionnel.es).

4. RECUPERAR

Ultimate Reset Mask de Shu Uemura

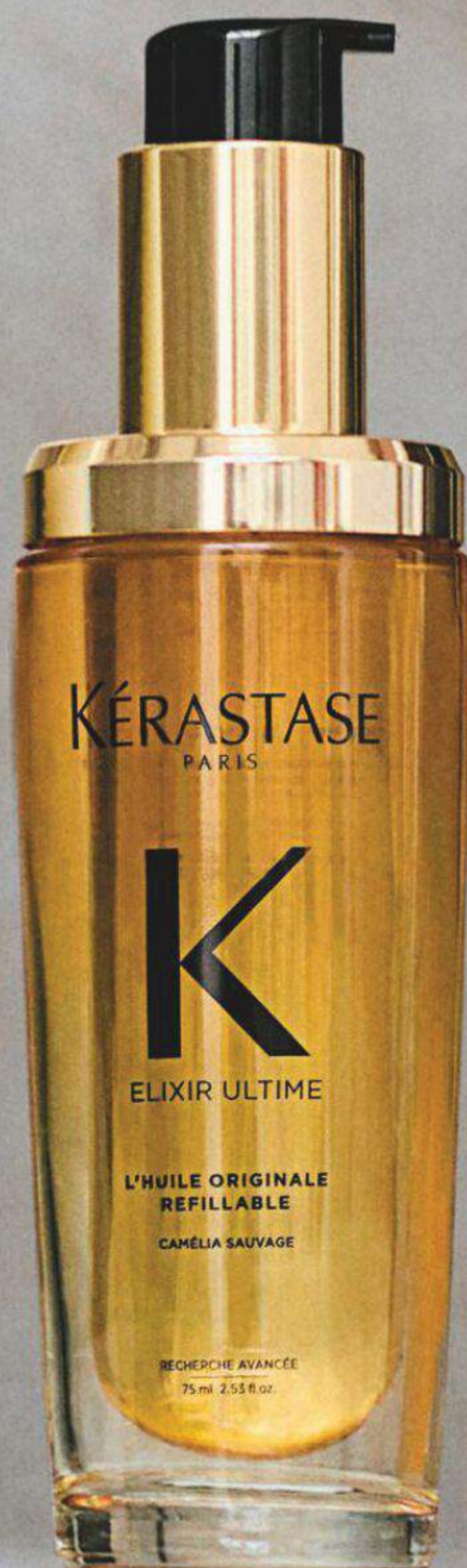
La cura de rescate perfecta para cabellos muy dañados por decoloraciones, coloraciones, permanentes o alisados. Su secreto es el extracto de arroz japonés, conocido por sus propiedades protectoras y que actúa como un potente cemento celular. Está diseñada para reparar la fibra capilar en medios y puntas, evitando así la rotura del cabello, que queda fuerte y flexible, 65 €, (sephora.es).



5. FORTALECER

ABC Leave in Treatment de Redken

Las siglas corresponden a *Acidic Bonding Concentrate* y se trata de un potente tratamiento sin aclarado especial para cabello dañado que ayuda a fortalecer, aportar brillo, prevenir roturas y reforzar los enlaces debilitados en el pelo. También protege de las herramientas de calor hasta 230°. Los resultados constatan una melena el doble de fuerte tras su uso, 36,90 €; (redken.eu).



6. EMBELLECER

Aceite Elixir Ultime de Kérastase

El mítico aceite sublimador sin aclarado en versión mejorada y recargable. Su nueva fórmula contiene camelia francesa y camelia silvestre recolectadas a mano en Bretaña. Ligero y delicadamente perfumado, es un tratamiento muy versátil que puede utilizarse antes del champú o del secado -protege del calor- o como toque final del peinado y deja el cabello suave y brillante, 67 €; (kerastase.es).



7. NUTRIR

Metal Detox de L'Oréal Professionnel

Este aceite concentrado protector nutre y protege la fibra capilar de las partículas de metal que se depositan dentro de ella aumentando el riesgo de rotura durante los servicios de coloración capilar. Como resultado, el pelo queda más sedoso, brillante, suave y nutrido al instante. Extiende de medios a puntas sobre el cabello seco o secado con toalla y no aclares, 36,59 €; (loreal-professionnel.es).



8. PERFECCIONAR

SteamPod 4.0, de L'Oréal Professionnel

La primera plancha todo en uno con tecnología a vapor que logra resultados profesionales en cualquier tipo de cabello. El secreto es su tecnología patentada, que genera un flujo de vapor continuado de 0,8g/min dejando el pelo más liso y suave. Incluye tres peines para crear cualquier tipo de peinado, un neceser térmico y dos placas termoprotectoras, 265 €; (loreal-professionnel.es).

POR QUÉ NECESITAS UN PRODUCTO PROFESIONAL

1 Te lo prescribe quien mejor conoce tu cabello

El salón de belleza es un espacio único donde el cliente busca, además de un servicio, un asesoramiento personalizado. **“Los estilistas son expertos en el cuidado del cabello y pueden recomendar los productos más adecuados** tras un diagnóstico capilar individualizado”, señala Daniel Maya, director de formación de Kérastase & Shu Uemura Art of Hair. Además, en algunos de los salones cuentan con una herramienta extra, la cámara de diagnóstico K-scan para analizar el cuero cabelludo. Otro factor es el que resume Pascual, de Peluquerías Pascual: “El pelo cambia, y a la hora de diagnosticar el peluquero se basa en la calidad del cabello en ese momento”.

3 Fruto de un proceso de creación multidisciplinar

“La creación de un producto es un procedimiento largo y complejo que empieza con una idea, una escucha activa de las necesidades y preocupaciones capilares de las mujeres a través de estudios y una innovación diferencial que queremos desarrollar”, explica Edine Ahbich, director científico global de Kérastase. Pero, como apostilla Marta Luna, directora de formación de Redken, **“el peluquero también es una pieza clave en todo ello**. El estilista es quien se halla en contacto directo con el cliente, el que conoce sus necesidades reales y las características del cabello y sabe además cómo reaccionan los distintos ingredientes y activos sobre este”.

4 Un plus de sensorialidad

La textura de un producto, su aroma, la sensación que deja en el pelo... Todos estos detalles son importantes para crear una experiencia placentera y los productos destinados a ser usados en el salón de peluquería cumplen con dichos requisitos. “En L’Oréal cuidamos al máximo la sensorialidad, porque sabemos que forma parte del ritual de belleza. El aroma es también algo fundamental. **Las fragancias de las diferentes gamas son creadas por grandes perfumistas**, como Alberto Morillas o Nicolas Nicolas Beaulieu, y tienen la capacidad de evocar sensaciones y ser reconocibles por su aroma”, declara Daniel Maya.

2 Las fórmulas más avanzadas

“Los consumidores están elevando sus expectativas y buscan productos de mayor calidad con mejores resultados”, apunta Daniel Maya. **La cosmética profesional se basa en la creación de fórmulas responsables con la máxima concentración de activos respetuosa para el cabello**, diseñadas para tratar necesidades capilares muy específicas. Como explica Fernando Gómez de la Paz, director de formación de L’Oréal Professionnel, “no se trata de una aproximación generalista al tratamiento capilar, sino de ofrecer soluciones a medida. Además, se somete a los productos a rigurosos estudios clínicos para garantizar su eficacia y seguridad. En L’Oréal contamos con el mayor centro de investigación en cabello del mundo, ubicado en París, con más de 400 personas dedicadas a ello”.

5 Sostenibles y comprometidos con el medioambiente

La consumidora quiere productos eficaces, pero también responsables con el medioambiente, con ingredientes de origen natural y sostenible. Como detalla Ainhoa Aramburu, directora general de L’Oréal Productos Profesionales, “el 87% de los ingredientes de origen vegetal se obtienen de forma sostenible. Además, en torno a 3 de cada 4 de nuestros envases de plástico PET ya provienen de fuentes recicladas y el 97% ha sido concebido desde el ecodiseño. **Para 2025, el 100% de los envases serán rellenables, reutilizables, reciclables o compostables**. Proteger nuestro presente es la única forma de salvaguardar el futuro”.

¿Qué coloración es mejor?

TUS PREFERENCIAS CUENTAN, PERO LA ÚLTIMA PALABRA LA TIENE TU PELO.

LO PRIMERO... ¿TIENES CANAS?

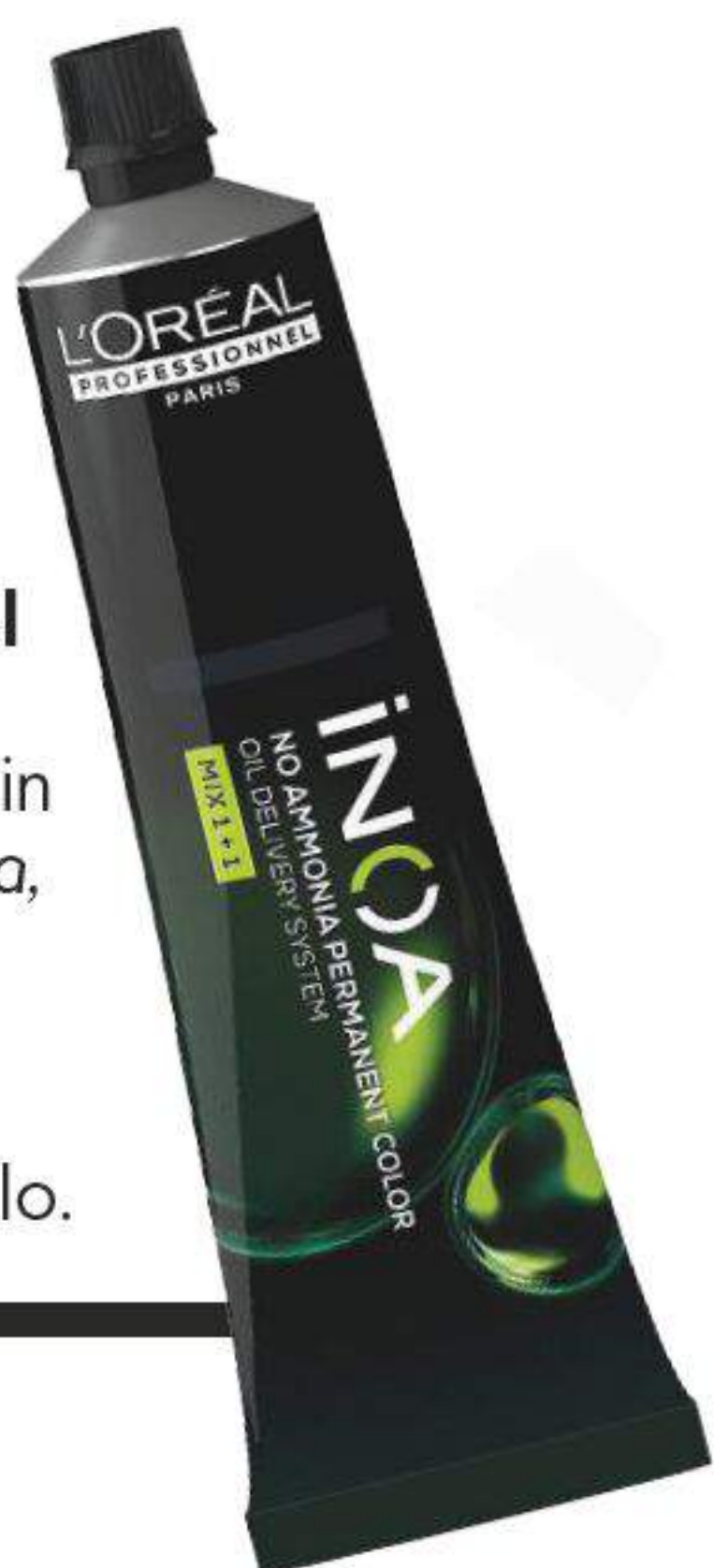
Sí

Quiero una coloración **PERMANENTE** que me permita aclarar muchos tonos.

COLOR PERFECTO

“Opta por un tinte permanente a base de aceites, libre de amoníaco, que cubra el 100% de los cabellos blancos y sea capaz de aclarar hasta tres tonos sobre tu color base”, recomienda el peluquero Carlos Ortigosa, especialista en coloración.

L'Oréal Professionnel
Coloración permanente sin amoníaco **Inoa**, una fórmula vegana que aclara hasta 3 tonos el cabello.



Imprescindible una coloración que nutra el cabello y **CUBRA EL 100%** de las canas.

BRILLO EXTREMO

Es posible cubrir las canas en su totalidad y potenciar al máximo el brillo del cabello. “Habría que recurrir a un sistema de coloración de aceites con textura líquida que a su vez cuenten con activos nutrientes para hidratar intensamente”, aconseja Pepa Romero, de Redken.

Redken
Coloración permanente **Color Gels Oils**. Utrabrillante, sin amoníaco y con aceite de albaricoque.



Busco una fórmula a base de **INGREDIENTES NATURALES** y un efecto de máximo brillo.

EFFECTO GLOSS

Carlos Ortigosa recomienda optar por una fórmula que revierta la pérdida de melanina del cabello. “La coloración alcalina y demipermanente es una estupenda opción para restaurar color y brillo del cabello. Puede aclarar hasta un tono y oscurecer incluso cuatro”.

L'Oréal Professionnel
Dia color es alcalina y demipermanente. Con un 92% de ingredientes naturales.



Elegir un buen salón es fundamental para recibir el consejo más adecuado de tu peluquero. Aquí podrás encontrar los mejores en color: salones-es.loreal-professionnel.com y redken.eu.

No

Necesito una coloración que aporte brillo y **TRATE EL CABELLO** al mismo tiempo.

CON REFLEJOS

“Shades EQ es magia, lo tiene todo, además de colorear el cabello lo trata aportando un brillo espejo increíble. Gracias a su fórmula con proteínas conseguimos engrosar el cabello haciendo que luzca saludable y radiante”, segura la experta Sonia Cases, de Redken.

Redken
Baño de color y brillo con proteínas **Shades EQ**. Sin amoníaco, vegano y con tecnología **bonder**.



DESATA TU FUERZA INTERIOR KÉRASTASE PARIS

X
SYDNEY SWEENEY

ENCUENTRA TU SALÓN
MÁS CERCANO



NUEVO
PREMIÈRE
RECREA EL 99% DE LA FUERZA
ORIGINAL DEL CABELLO*

*Test instrumental tras 6 usos de Première Concentré + Bain + Fondant/Masqué.



Mono halter

Podrías bailar con él a lo *Saturday Night Fever*, pero también tener un look actualizado de día, acompañado de los complementos acertados. Descubre la versatilidad de esta pieza.

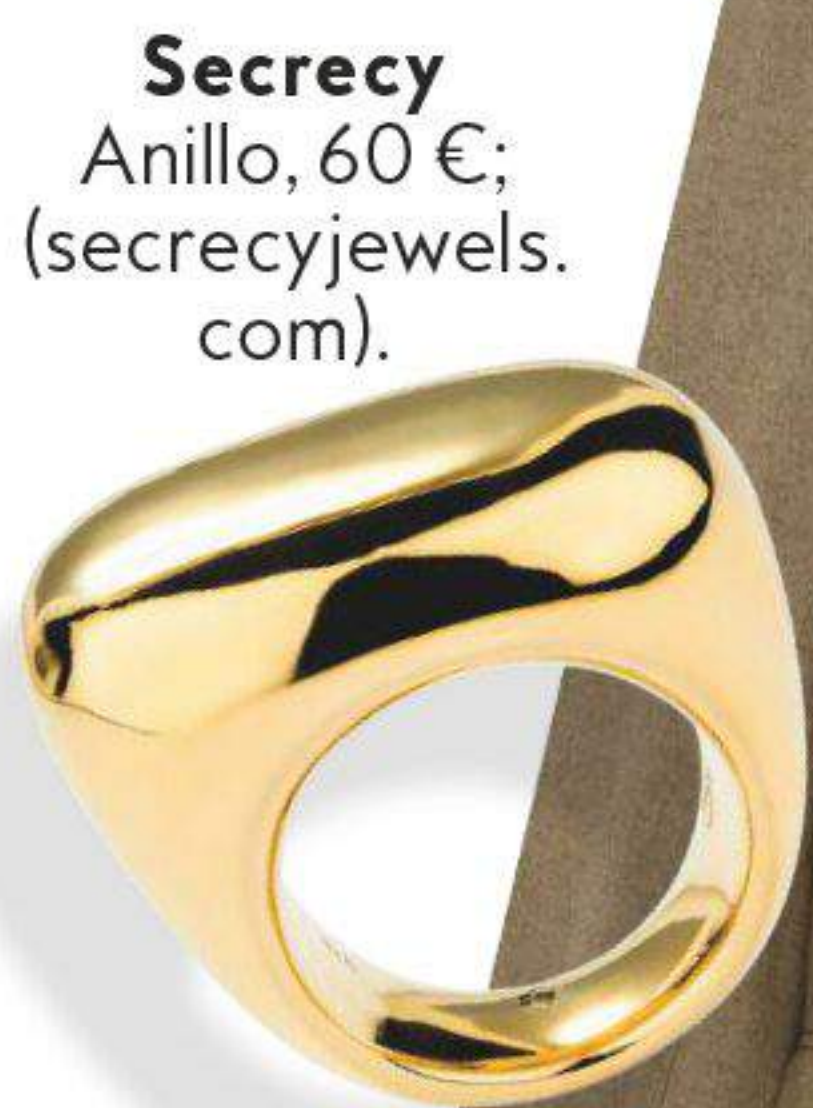
DÍA



Pomandere
Gorrito de lana, 119 €;
(pomandere.com).



Chanel
Gafas de sol sin montura,
750 €; (chanel.com).



Secrecy
Anillo, 60 €;
(secrecyjewels.com).



Stella McCartney
Americana, 1.490 €;
(stella-mccartney.com).



Adolfo Domínguez
Pulsera de eslabones, 49 €;
(adolfo-dominguez.com).



Sandro
Bolso Tangoso,
385 €;
(sandro.com).



Pitillos
Botín de tacón,
90 €;
(calzadospitillos.com).

NOCHE



Bulgari
Pendientes Serpenti Viper,
12.000 €;
(bulgari.com).



Loro Piana
Pañuelo, 550 €;
(loropiana.com).



Gucci
Abrigo marinero con lentejuelas;
(gucci.com).



Dior
Bolso Miss Dior con tachuelas,
3.600 €;
(dior.com).



Zimmermann
Brazaletes rígidos Petal Cuff, 495 €;
(zimmermann.com).



Ferragamo
Salón escotado con pulsera,
880 €;
(ferragamo.com).



Fendi
Charm porta Chupa Chups en piel, 490 €;
(fendi.com).

La 'wishlist' de...

La creadora **Montse Álvarez** es gallega, pero vive en Ginebra. Sus *must* son tan cosmopolitas como ella.



MONTSE ÁLVAREZ

Lanzó Heimat Atlántica en París (2016) y desde entonces preserva el trabajo de mujeres artesanas de la costa atlántica.



1. Brazaete Bone XL, de Elsa Peretti para Tiffany&Co, 2.950 €; (tiffany.com).

2. Twilly de seda estampado, de Hermès, 200 €; (hermes.com).

3. Bailarina de charol con tira cruzada y hebilla, de Alaïa, 790 €; (maison-alaia.com).

4. Bálsamo labial Phyto-Lip Balm, de Sisley 51,50 €; (sisley.fr).

5. Jarrón Ánfora, de Sargadelos, 53 €; (sargadelosvigo.com).

6. Vaqueros Barrel fit, de Bershka; (bershka.com).

7. Zapatillas deportivas, de Loewe x On, 450 €; (loewe.com).

8. Libro sobre el trabajo del diseñador de muebles Gaetano Pesce (Ed. Monacelli), 75.96 €; (fnac.es).

9. Bolso Tote Amor Black con asas de cuero, de Heimat Atlantica, 420 €; (heimat-atlantica.com).

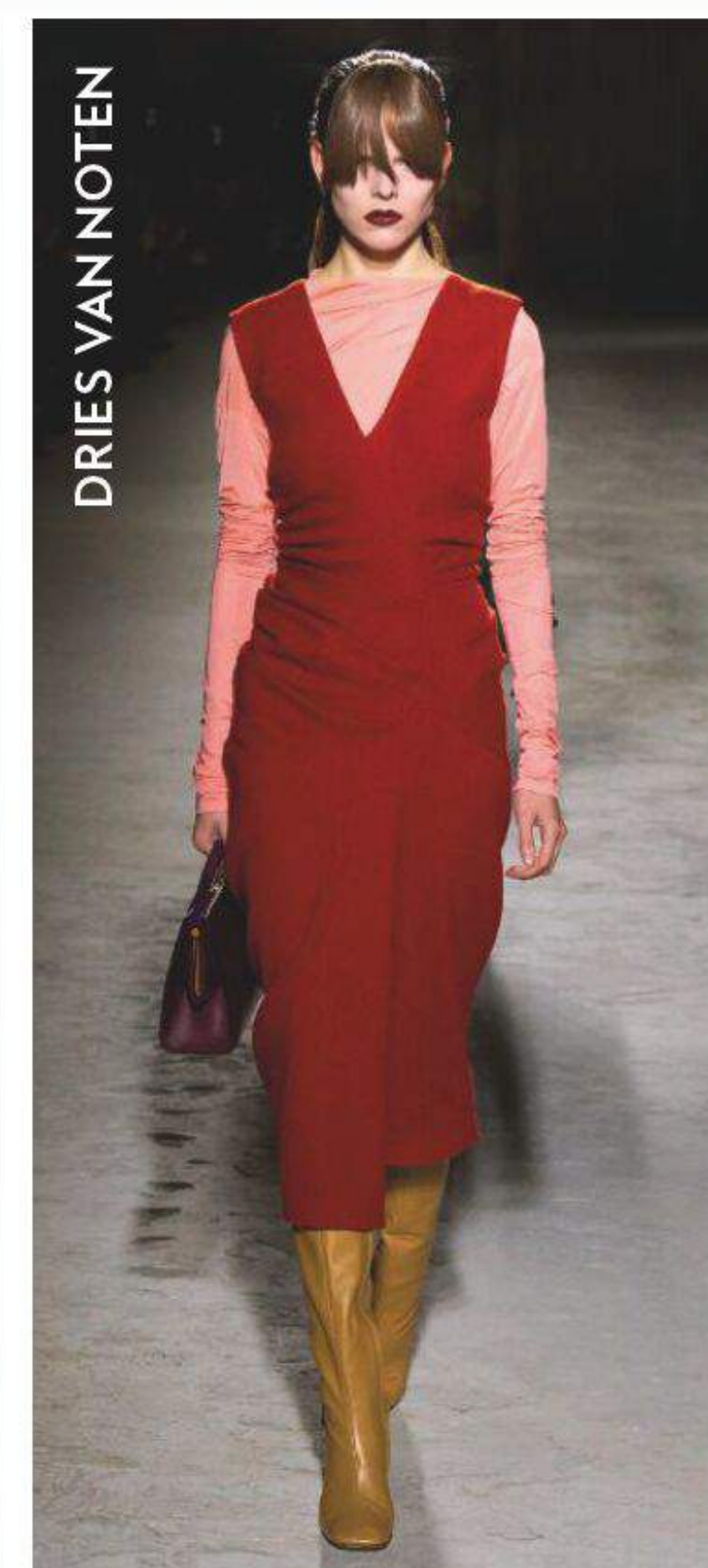
10. Perfume Chance, de Chanel 164 € /100ml; (chanel.com).

11. Chaqueta de tweed, de Chanel, pre-owned en Farfetch, 2.075 €; (farfetch.com).

PINTA Y COLOREA

Las pasarelas sentencian: el otoño será de colores o no será.

Berenjena, azul, verde, rosa o amarillo crean mezclas hasta ahora nunca vistas.





EL SANTO

elsantostore.com

COMPRAS

**FÓRMULA
CREEPER
Geox**

Zapatos
de cordones;
(geox.com).

Calzedonia

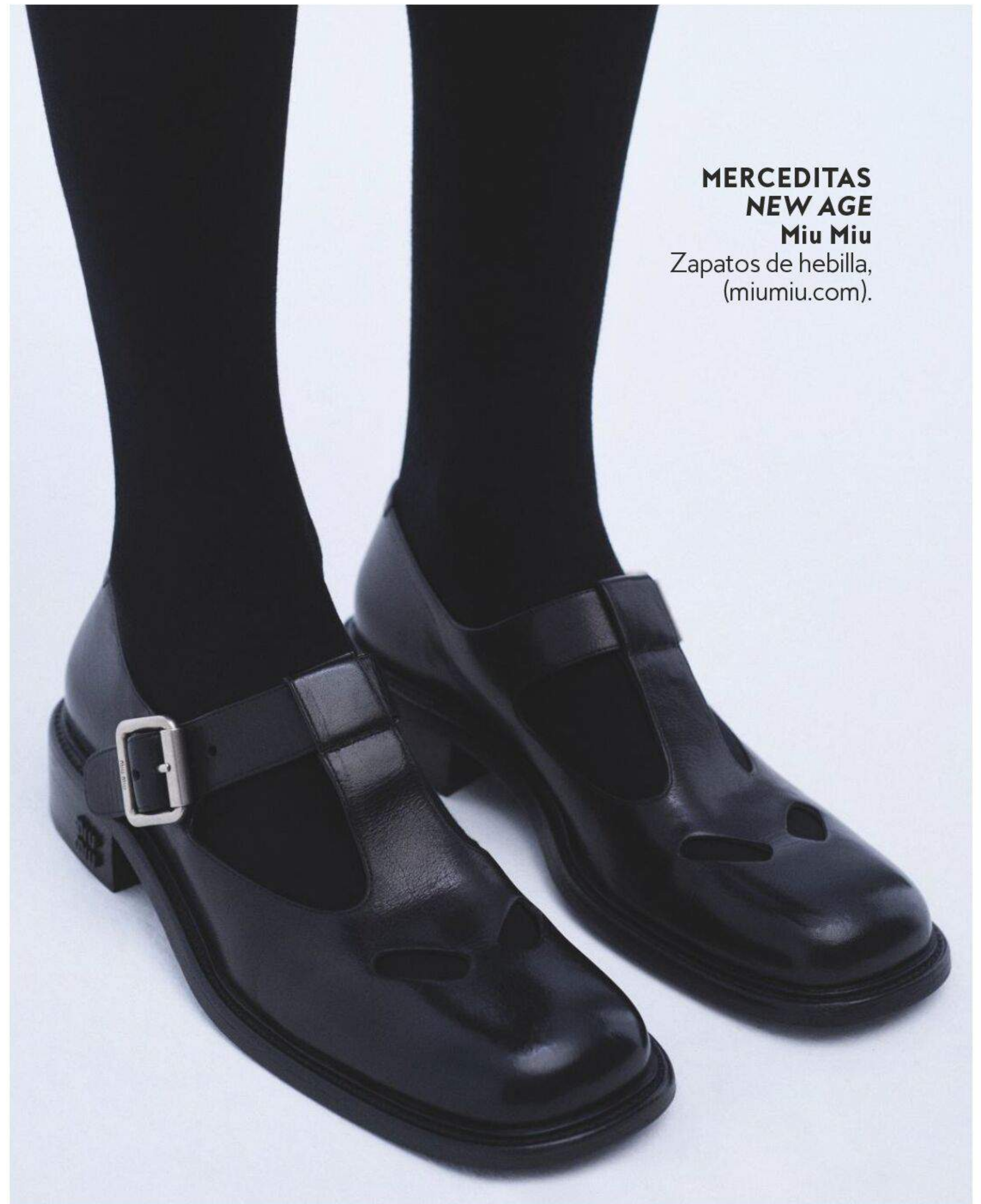
Calcetines largos;
(calzedonia.com)



FONDO DE ARMARIO **TEDDY GIRLS**

UNA NUEVA GENERACIÓN DE MUJERES,
ESAS QUE NO SIEMPRE RECURREN
AL TACÓN PARA IR A TRABAJAR,
SE DISPONE A ROMPER MOLDES COMO YA
LO HICIERON LOS *TEDDY BOYS* EN LA
POSTGUERRA LONDINENSE: CON
ZAPATOS DE COLEGIAL SUPERJUVENILES
Y REINTERPRETADOS EN 2024.

Texto **SARA TRUEBA**
fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**



**MERCEDITAS
NEW AGE**
Miu Miu
Zapatos de hebilla,
(miumiu.com).



MOCASINES BICOLOR
Tommy Hilfiger
Clásicos en blanco y negro;
(es.tommy.com).



**DESTALONADOS
DE INVIERNO**
Loewe
Zapatos con puntera
redondeada, doble
hebilla y talón abierto;
(loewe.com).

COMPRAS

Camiseta de manga corta a rayas con detalle de color en los hombros; sudadera de rayas anchas con capucha y espalda efecto capa; bomber en tejido técnico con cremallera; pantalones *wideleg* de cintura elástica; zapatillas con cristales en logo y parte trasera y bolso *weekend* con bolsillo exterior e interior. Todo, de la colección *American Magic*, de Lola Casademunt; (lolacasademunt.com).

EN LA CRESTA DE LA OLA

LA FIRMA **LOLA CASADEMUNT** TOMA NUEVOS RUMBOS DISEÑANDO LOS UNIFORMES DEL EQUIPO NYYC AMERICAN MAGIC PARA LA COPA AMÉRICA DE VELA. LA COLECCIÓN CÁPSULA QUE CELEBRA DICHA COLABORACIÓN ES UN HOMENAJE (“ELEGANTE Y CHIC”, MAITE CASADEMUNT DIXIT) A BARCELONA.

por **CHUS SALIDO**
fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**



Vestido *midi* con
escote de pico;
sudadera de manga
corta con capucha
y blazer en punto
de rayas bicolor.
De la colección
American Magic, de
Lola Casademunt;
(lolacasademunt.com).



COMPRAS

Gorra; camisa masculina; blazer en punto de rayas bicolor; pantalón corto de cintura elástica y zapatillas con cristales en la parte trasera y en el logo lateral. Todo, de la colección *American Magic*, de Lola Casademunt; (lolacasademunt.com).

Maquillaje y peluquería

Mara Fervi
(Another Agency)
para Dior Beauty
y Keune

Haircosmetics.

Asistente de fotografía

Javi Blanco.

Asistente de maquillaje y peluquería

María Andrés.



Desde el 22 de agosto, Barcelona acoge la 37 edición de la Copa América de Vela (America's Cup en su versión original), un acontecimiento de excepción porque se trata de una contienda de alcance mundial y porque sitúa a la Ciudad Condal en el epicentro de los eventos deportivos. Y hay una tercera circunstancia que, además, posiciona a la moda española en lo más alto del podio: los uniformes del equipo New Yacht Club American Magic han sido diseñados por la firma Lola Casademunt, en lo que supone un paso adelante hacia la expansión internacional de la marca. Maite Casademunt, su directora creativa, nos cuenta cómo se gestó esta colaboración, de la que ha surgido una colección cápsula inspirada en Barcelona (llamada también *American Magic*) cuyos *looks*, una mezcla entre “elegancia, *sport* y modernidad” luce en estas páginas la modelo jerezana Mayka Merino, amiga y colaboradora habitual de la firma.

Tenemos mucha curiosidad por saber cómo llegáis a vestir a un equipo americano de vela... En la Expo de Dubai me pasé por el pabellón italiano y vi a los azafatos vestidos de Dolce & Gabbana. Inevitable pensar aquello de “qué bien lo hacen los italianos, cómo potencian sus marcas”. Mi idea era conseguir intentar algo así en España cuando surgiera algún evento significativo y tener la posibilidad de, por ejemplo, vestir a un equipo español. Mi intención (y mi ilusión) era esa, pero a veces la vida no fluye por donde creías que lo haría. Con el tiempo conocí a una persona del equipo americano –ya sabes, la persona adecuada en el momento adecuado– y surgió el tema. Preguntamos qué necesitaban exactamente, trabajamos la propuesta y la presentamos.

Habéis pasado de vuestro emblemático *animal print* a las rayas marineras. Me preguntan mucho qué tiene que ver el *animal print* con la Copa América, pero es que nosotros no solo hacemos ese estampado sino bastantes más cosas: prendas elegantes, chic, diferentes... Dentro de Lola Casademunt hay gran variedad de perfiles. A mí no se me hubiera ocurrido jamás vestir al equipo americano; ni se me pasaba por la cabeza, pero a veces el destino y los astros se alinean porque hay algo ahí que está para ti.

Habéis dicho que la americana de rayas (el *must* de la colección) está inspirada en los clubs americanos de finales de siglo, pero no me negarás que tiene también un irresistible aire Hamptons. Cierto. A mí me parece una prenda muy elegante, que mezcla el toque *british* con el americano. La veo y lo que quiero es ponérmela porque me da prestancia, eleva el *look* y, al mismo tiempo, le aporta un toque *sport* que, inevitablemente, relacionas con el golf, la vela, la náutica...

Háblanos de esa colección cápsula que está a la venta. ¿Qué vamos a encontrar en ella? Tengo que puntualizar que los uniformes no se venden, salvo el caso de la americana de rayas. Partiendo de eso, la colección se inspira en

Barcelona porque es una ciudad elegante y moderna a la par. Bajo dichas premisas hemos diseñado una bomber; un *short* de verano que me parece ideal para ir en barco, pero también para caminar; un pantalón *jogging* tobillero y de pierna estrecha; un pantalón ancho, que queda perfecto con la americana entallada; unas sudaderas de manga corta ideales, con un rollo muy juvenil, o una sudadera de raya muy ancha pero cuya parte trasera presenta una caída que la hace superjoven. Los patrones tienen un aquel, no son los típicos. Y todo confeccionado en tejido técnico. Lo resumiría diciendo que es algo moderno, mediterráneo y elegante. A mi parecer, lo tiene todo.

Además de diseñar los uniformes os habéis convertido en patrocinadores del equipo femenino American Magic para la Puig Women's America's Cup. Otra aventura más. Es que las chicas nos enamoraron. Lo mismo de primeras no lo hubiéramos hecho, pero cuando encuentras un equipo así es como “tengo que seguir con este proyecto”. Nos hizo mucha ilusión, porque era la primera regata femenina y no olvidemos que Lola Casademunt es una empresa, no solo de mujeres, sino de mujeres con actitud y luchadoras. El *animal print* en realidad sintetiza esa idea que compartimos las mujeres de cualquier edad: la energía, la lucha, el instinto básico de ‘leona’, de proteger. Una actitud que, personalmente, llevo interiorizada y que también comparte la gente deportista con su constancia y tenacidad.

¿Qué *feedback* habéis recibido por parte del equipo deportivo? Les ha encantado. Hicimos una sesión con las chicas y lo que queríamos era que, por un lado, fueran vestidas con el uniforme, pero también que se pusieran *looks* de Lola Casademunt para poder ver cómo se sienten tanto con *outfits* de gala como de calle, es decir, en cualquier momento de su vida. Y la verdad es que estuvieron de 10. Venían de entrenar durante horas, pero se lo pasaron estupendamente. Había ahí una energía preciosa que no dejaba de fluir. Y esa es la mejor prueba, porque si llegan a sentirse disfrazadas, dicha energía nunca hubiera surgido. Nos pidieron especialmente ponerse la americana de rayas, porque es una prenda diferente y especial. Me da la impresión de que les encanta...

Es indudable que esta colaboración juega a favor de vuestros planes de expansión internacional. Tenemos mil frentes abiertos, porque si hay algo que nos gusta son los retos. Nos apasionan los desafíos que nos suman y aportan valor. Es cierto que internacionalmente hay muchos proyectos en los que estamos trabajando, pero todavía no te puedo adelantar nada. Piensa que a finales de 2020 estábamos prácticamente en dos países (España y Andorra) y hoy abarcamos más de 36... Evidentemente, ir de la mano del equipo americano en esta Copa nos va a dar mucha proyección, porque se trata de uno de los tres eventos deportivos del año más importantes a nivel internacional. Estamos convencidos de que nos va a ayudar mucho en el tema de visibilidad.■

geox.com



Respira™

GEOX

niños ^{ESPECIAL}as

Geox
Deportiva
Ciberdron,
dedicada a Super
Mario y fruto de la
colaboración de la
firma con Nintendo;
(geox.com).

Vaquero,
de El Corte Inglés;
(elcorteingles.es)

ESTE OTOÑO, EL
ARMARIO INFANTIL
ALARDEA DE COMBOS
DE COLORES (LOS
TONOS NEUTROS SE
MEZCLAN CON OTROS
MÁS VIBRANTES, AZUL
Y AMARILLO A LA
CABEZA); TEXTURAS
DE LANA Y PANA;
RAYAS COMO HILO
CONDUCTOR O
DIVERTIDOS TOQUES
RETRO EN LOS
PATRONES DE FALDAS
Y EL USO (Y ABUSO)
DE CALCETINES.
¡LA MODA PARA LOS
MÁS PEQUEÑOS
SE HACE GRANDE!

EXTRA *deporte* ESCOLAR

LA VUELTA AL COLE IMPLICA EL REENCUENTRO CON LAS AULAS Y LOS AMIGOS DE SIEMPRE, PERO TAMBIÉN CON UN ARMARIO PRÁCTICO QUE DEMANDA BÁSICOS CONFORTABLES Y EN CLAVE SPORT SIN PERDER EL TOQUE COOL. ESTAS PÁGINAS ESTÁN REPLETAS DE ORIGINALES IDEAS QUE SE ENGLOBAN EN LA FUNCIONAL TENDENCIA ATHLEISURE.

por **CHUS SALIDO**
fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización **PILUCA VALVERDE**



Siena:

Tommy Hilfiger

Jersey y camiseta de manga larga, tipo polo; (es.tommyhilfiger.com).

Bobo Choses

Falda tricolor con pliegues; (bobochooses.com).

Tous

Bolso *Duffle* en piel; (tous.com).

Adidas

Zapatillas; (adidas.es).

Calzedonia

Calcetines con lazo; (calzedonia.com).

Nicolás:

Bobo Choses

Cazadora en pana y borrego sintético y pantalón vaquero con dibujo; (bobochooses.com).

Mango

Camiseta a rayas; (mango.com).

Tommy Hilfiger

Gorra; (es.tommyhilfiger.com).

Victoria

Zapatillas; (calzadosvictoria.com).



Mango
Camiseta
y pantalón corto;
(mango.com).
Tommy Hilfiger
Chaleco de lana con
ribete en escote;
(es.tommyhilfiger.com).
Tous
Gorro de lana;
(tous.com).
Decathlon
Balón de fútbol;
(decathlon.es).



Bershka

Bomber verde;
(bershka.com).

Letter to the World

Camiseta de cuello vuelto
y pantalón de pana;
(wearelettertotheworld.com).

Geox

Zapatillas; (geox.com).

Adidas

Calcetines; (adidas.es).

Decathlon

Raqueta de paddle;
(decathlon.es).

Tommy Hilfiger

Polo;
(es.tommyhilfiger.com).

Bershka

Jersey y gorra con letras;
(bershka.com).

Bobo Choses

Pantalón;
(bobochoes.com).

Tous

Bolso modelo *Duffle* en piel;
(tous.com).



**Mango**

Sudadera con letras;
(mango.com).

Mipounet

Jersey con cuello
babydoll;
(mipounet.com).

Tommy Hilfiger

Falda tableada;
(es.tommyhilfiger.com).

Adidas

Zapatillas;
(adidas.es).

Calzedonia

Calcetines;
(calzedonia.com).

Maquillaje y peluquería

Mara Fervi
para Dior y Goldwell.

Asistente

de realización

Amaia Artazcoz.

Asistente de fotografía

Javi Blanco.

Modelos

Siena y Nicolás
(happykidmodels.com).

PREPARADOS, LISTOS, ¡YA!

Su energía desbordante precisa de actividad física para ser bien canalizada y un look adecuado con el que ponerla en práctica con estilo y comodidad. Anímale a hacer deporte y a vestir inspirándose en su nuevo hobby.



- 1. Baby Tous**
Pendientes de oro, 99 €;
(tous.com).
- 2. Primark**
Conjunto deportivo, 10 € la
sudadera, 14 € el pantalón;
(primark.com).
- 3. IKKS**
Sudadera
con mensaje, 85 €;
(ikks.com).
- 4. Flik Flak**
Reloj multicolor, 44 €;
(flikflak.com).
- 5. Skechers**
De piel con strass
en el talón, 50 €;
(skechers.es).
- 6. Decathlon**
Maillot malva, 25 €;
(decathlon.es).
- 7. True Artist**
Pantalón holgado, 90 €;
(trueartist.com).
- 8. Molly Bracken Girl**
Cárdigan gris, 43 €;
(mollybracken.com).

skate

1. El Corte Inglés
Tablas Tijuana, 20 €;
(elcorteingles.es).

2. Abel y Lula
Conjunto
de punto, 75 €;
(abelandlula.com).

3. Bobo Choses
Mochila, 95 €;
(bobochooses.com).

4. Mayoral
Camiseta, 16 €;
(mayoral.com).

5. Billie Blush
Pantalón de chándal
con lentejuelas;
(es.kidsaround.com).

6. Geox
Zapatilla
de Super Mario
for Geox, 70 €;
(geox.com)

7. Kiabi
Peto vaquero, 20 €;
(kiabi.com).

8. Molly Bracken Girl
Minifalda de vuelo
estampada, 37 €;
(mollybracken.com).

9. Okaidi
Vestido con
mini de vuelo, 26 €;
(okaidi.es).

10. Boboli
Camiseta
estampada, 20 €;
(boboli.es).

11. Vans en Zalando
Zapatilla de niño, 40 €;
(zalando.es).





- 1. El Corte Inglés**
Camiseta deportiva Kids, de rayas, 16 €; (elcorteingles.es).
- 2. Philosophy di Lorenzo Serafini**
Cárdigan bicolor, 215 €; (philosophyofficial.com)
- 3. IKKS**
Jeans anchos y con talle alto, 85 €; (ikks.com).
- 4. Tommy Hilfiger**
Minifalda de estrellas, 60 €; (tommy.com).
- 5. Garvalin**
Zapatilla tricolor, 45 €; (garvalin.com).
- 6. El Corte Inglés**
Beisbolera Kids, 40 €; (elcorteingles.es).
- 7. Guess**
Camiseta deportiva, 30 €; (guess.eu).
- 8. Nike en Zalando**
Zapatilla, 50 €; (zalando.es).
- 9. Tommy Hilfiger**
Chaqueta, 140 €; (tommy.es).
- 10. Decathlon**
Gorra tricolor, 8 €; (decathlon.es).

1. Boboli
Jersey, 20 €;
(boboli.es).

2. Jordan en Zalando
Pantalón deportivo
cargo, 70 €;
(zalando.es).

3. Primigi
Zapatilla deportiva;
(primigi.it).

4. Blauer
Plumífero azul claro,
298 €;
(blauerusa.com).

5. Blauer
Gorrito de lana con
pompón, 73 €;
(blauerusa.com).

6. Garvalín
Bota de montaña
plateada, desde 43 €;
(garvalin.com).

7. Bobo Choses
Manoplas, 42 €;
(bobochooses.com).

8. Boboli
Jersey, 20 €;
(boboli.es).

9. Luxenter
Pendiente en plata
de ley, 40 €;
(luxenter.com).

10. Guess Kids
Cazadora técnica, 99 €;
(guess.eu).

11. Primark
Pantalón cargo, 8 €;
(primark.com).



2



3



4



5



6



7



8



9



11

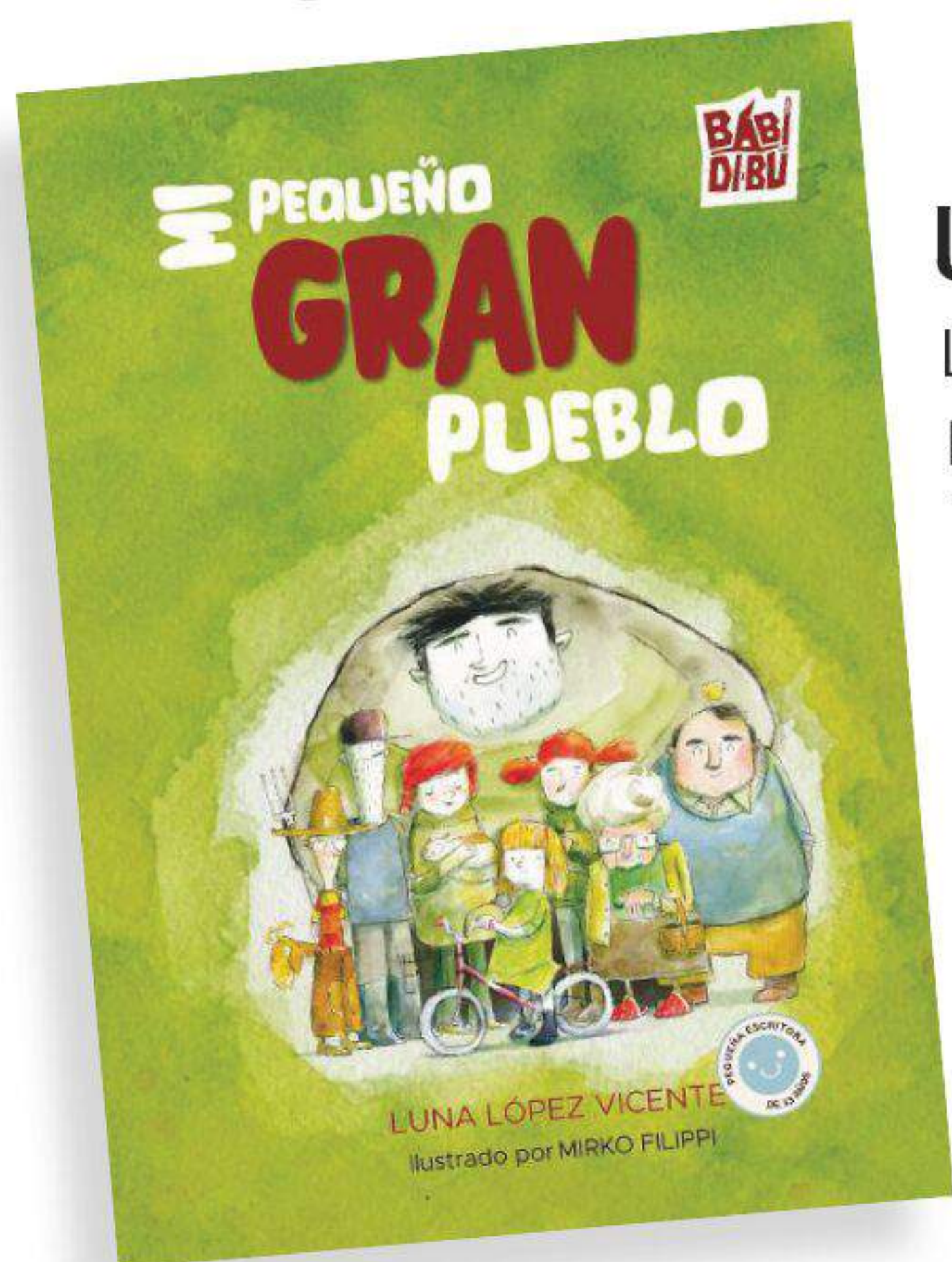


10



Mango
Bota de montaña, 40 €;
(mango.com).

Montaña



Una de aventuras

Luna, la autora de este libro, vive en un pueblo de Soria y sabe mucho de la España vaciada. Con 14 años escribe sobre una niña que encuentra mil excusas para no aburrirse en su menguado entorno.

Mi pequeño gran pueblo

De Luna López Vicente, ilustrado por Mirko Filippi (Babidi-bu Libros; 15,95 €).

Cosas de niños

Bajo la luz

Kave Home tiene la mejor solución para escritorios abarrotados: una lámpara de mesa con vaso lapicero incluido capaz de mantener orden y concierto.



Lámpara Kotio
En madera y metal, 59,99 €; (kavehome.com).



Servir y convencer

Cuando la fruta se resiste, hay que despertar el ingenio. Este menaje es el marco perfecto para que el postre más sano entre (no solo) por los ojos.

Platos

De naranja, papaya y sandía. De Primark Home (6 € ud.; primark.com).



Alice en Avión Swing
Sonajero con muñeco extraíble, 19,95 €; (lilliputiens.com).

¡A volar!

Se llama Alice y es un sonajero de la marca Lilliputiens que incluye una ventosa para pegar a cualquier superficie y así moverlo a voluntad.

Diversión, creatividad, funcionalidad y comodidad. En nuestro bazar para el **nuevo curso** todos tienen su espacio.

Tecnochef

35 años lleva Béaba creando (y perfeccionando) su Babycook, el robot de cocina para bebés. Olvídate de los potitos y benefícate de su amplio listado de recetas.

Babycook Neo

Cocina al vapor, bate, recalienta y descongela, 220 €; (beaba.com).



De paseo

Se pliega cómodamente, tiene el manillar más alto, una bandeja en la que cabe todo y te permite adaptar la sillita de coche al chasis. El futuro se llama Bugaboo Dragonfly y es la mejor inversión para tu bebé.

Bugaboo Dragonfly

Diferentes modelos desde 799 €; (bugaboo.com).



Pinta y colorea

Los rotuladores Carioca han sido siempre un clásico ansiado en días de vuleta al cole. La firma italiana enamora a los pequeños y conquista a los mayores con nuevas propuestas.

Nuestros favoritos Subrayador y Temperello para dar rienda suelta a su vena artística (precios según tamaño de la caja; carioca.com).





Equipados para la batalla

PRIMARK CONGELA LOS PRECIOS DE ROPA, CALZADO, MOCHILAS Y PAPELERÍA PARA LA VUELTA AL COLE

Septiembre siempre nos pilla con los bolsillos temblando. Las vacaciones han supuesto gastos extra y de golpe, llega la lista de 'must-haves' para la vuelta al cole. En Primark saben lo que eso significa para muchas familias y por ello, han decidido congelar los precios de una gran selección de básicos. Una decisión, en la línea de la que ya tomaron el año pasado: bajarlos. O sea, que entre una cosa y otra, esta temporada, en Primark, encontrarás precios ídels 2021!

Para el nuevo curso, Primark ha creado una colección de prendas esenciales, cómodas y de calidad, con estampados que les encantarán y en colores clásicos que van bien

con todo: el gris, el negro o el tejano para pantalones; el blanco para polos, o el azul, el gris y el beige para piezas de abrigo. Pero Primark no solo se ha centrado en ropa. También ofrece calzado, mochilas en colores divertidos, artículos de papelería como estuches, cuadernos o colores, e incluso tupperes para el desayuno o la comida. Todo, con la mejor relación calidad-precio y pensando que resistan el día a día del patio y el parque. Así lo afirma Carlos Inácio, Director General de Primark para España y Portugal: "En Primark garantizamos una buena relación calidad-precio y estilo a precios asequibles, además de la durabilidad con la que está fabricada nuestra ropa".



Sudadera con mangas fruncidas
Ballerina Crew, 10€.



Chaleco de abrigo,
18€, y vaquero
recto, 12€.



Sudadera Dinosaur
Crew, 4,50€.

Pantalón
vaquero, 16€.

PRIMARK®



Vuelta al cole con diversión



8,29/10
★★★★★



**LOS CONSUMIDORES PREMIAN
EL GEL-CHAMPÚ 2EN1**
Las dos líneas del gel-champú
2en1, Manzanilla y Lavanda &
Lechuga han sido galardonados
con el Premio Victoria de la
Belleza Baby Top Innovación 2024,
por su eficacia, textura y aroma.

Tras las vacaciones, toca volver a la rutina, al cole, a los horarios... y Ricitos de Oro es un gran aliado en el día a día. Porque hay cosas que nunca cambian, como son los mimos que necesitan los pequeños de la casa. El momento del baño es ese ritual mágico que convierte el cuidado de su higiene y de su delicada piel en un juego de risas espontáneas y caricias amorosas **que refuerza el vínculo entre padres e hijos**. Con los productos de **Ricitos de Oro**, su gel-champú 2en1 y su loción corporal, todos disfrutaréis de ese instante gracias a los agradables aromas de sus dos líneas: **Manzanilla** y **Lavanda & Lechuga**. Y además, tendrás la tranquilidad de que su piel y su cabello están en las mejores manos. Los productos Ricitos de Oro están formulados **a base de**

ingredientes naturales, han sido **testados dermatológicamente** y son **hipoalergénicos**. Durante el baño, sus ojitos estarán a salvo de picores y lágrimas. Y ¡sorpresa!: el gel-champú 2en1 incorpora un **exclusivo tapón sonajero dosificador abre fácil**, que te ayuda a que el baño sea más cómodo y seguro, al poder dosificarlo con una sola mano. Y tu pequeño se divertirá experimentando con nuevos sonidos. ¡Máxima felicidad!





MANZANILLA

El momento del baño es más importante de lo que a veces pensamos. Contribuye a establecer unas rutinas diarias y a seguir unos horarios, pero también tiene un componente lúdico y emocional. Es una oportunidad de que padres e hijos compartan juegos, risas y caricias. La piel de los pequeños es delicada y conviene elegir productos suaves, hipoalergénicos y elaborados a base de ingredientes naturales. Como el gel-champú 2en1 de la línea Manzanilla de Ricitos de Oro. Formulado a base del extracto natural de la flor de manzanilla, protege y suaviza la piel y el cabello de tu pequeño desde sus primeros meses de vida y durante toda la **infancia, incluso lo podéis usar los adultos.**

Además, ayuda a **mantener el tono natural del cabello.** Tras el baño, la loción corporal de la misma línea es el complemento perfecto para hidratar y cuidar su piel. Ambos productos dejan un delicioso aroma con notas de naranja, eucalipto, rosa y almizcle. Y los puedes utilizar a diario sin problema.



LAVANDA & LECHUGA

Y tras un día repleto de aventuras y emociones en el cole, en el parque, en una fiesta de cumpleaños con sus amiguitos... nada mejor que un reconfortante baño al atardecer o un rato antes de acostar a tu hijo para ayudarle a relajarse y a prepararse para un buen descanso. La línea Lavanda & Lechuga de Ricitos de Oro es ideal para despedir el día. Además de proteger e hidratar su piel y cabello, le ayudará a tener dulces sueños. ¿Su secreto? Tanto el gel-champú 2en1 como la loción corporal de esta línea **están formulados a base de extractos naturales de lavanda, flor cuya fragancia es muy reconocida por su alto poder relajante, y de la lechuga, de propiedades calmantes e hidratantes.** La combinación perfecta para que disfrute de un sueño largo y profundo. Si prestas atención, descubrirás otras notas aromáticas: naranja, limón, eucalipto, rosa, jazmín... Puedes usar ambos productos a diario con total seguridad porque son hipoalergénicos y están testados dermatológicamente.



En Ricitos de Oro, son firmes defensores de los animales. Por ello, cuentan con el sello PETA, que garantiza que ninguno de sus productos comercializados está testado en animales, en ninguna parte del mundo. Asimismo, en España, colaboran con la asociación Cirvite para realizar los trabajos de manipulado de la marca, ayudando así a la inserción laboral de personas con discapacidad intelectual.



Ya disponible en las perfumerías de El Corte Inglés, Arenal y Clarel, en hipermercados Hipercor, Carrefour y Eroski, en Supermercados El Corte Inglés, en Supercor y en Amazon. Descubre más puntos de venta en la web.



Como mamá

Si los mayores tienen su rutina de skincare, ¿por qué no la van a tener los niños? Los básicos: crema hidratante y protección solar.

Isdin
Crema facial hidratante Baby Naturals, 14,95 €; (isdin.com).



Oli & Carol Juguete para el baño con materiales reciclados de la colección Upcycled Boat, 24,90 €; (oliandcarol.com).

Un barquito chiquitito

El cuidado también pasa por usar productos sostenibles. En este caso, juguetes para el baño reciclados que ayudan a crear conciencia medioambiental y aprender jugando.

A la última

A un chupete se le exige calidad, buenos materiales y una tetina fisiológica. Si además tiene un diseño único y diferentes colores y tamaños, se convierte en un must.



Suavinex
Chupete Wonder, disponible en 12 colores; (suavinex.com).



Sin género

Busca fragancias frescas, fáciles y chispeantes que inviten a sacar el optimismo y la creatividad que llevan dentro los más pequeños.

Tous
Eau de toilette Tous Kids Bear 100 ml con neceser, 63 €; (tous.com).

Siena lleva una chaqueta de punto estampada de Givenchy; (givenchy.com).



Extra de mimos

Empiezan los madrugones, las prisas y las largas jornadas de colegio. El regreso a la rutina se vuelve más llevadero con perfumes, cosméticos y gadgets que les hacen la vida más fácil.

Momento dulce

Galletas, fresa, vainilla... La clave para que se quieran lavar los dientes está en buscar sabores apetecibles y fórmulas sin flúor.

Ziaja
Dentífrico infantil sin flúor con sabor a arándanos, 1,99 €; (ziajashop.es).



Primeras veces

Los cepillos eléctricos para niños son la mejor opción a la hora de facilitarles la tarea. Solo tienen que darle al botón y deslizar, y se pueden usar desde los primeros dientes.

Foreo
Cepillo de silicona IssaBaby, de 0 a 4 años, 119 €; (foreo.com).



Un baño de cuento

Un dos en uno de gel y champú infantil que simplifique la hora del baño es una apuesta segura para la vuelta de vacaciones. En este caso, con manzanilla calmante que, además, conserva el tono natural del cabello.

Ricitos de oro
Gel de baño y champú de manzanilla, 3,65 €; (ricitosdeoro-grisi.com).

Pranarôm
Gel para moratones y chichones Prana BB, 13,20 €; (pranarom.com).

Con calma

No hay niño que no se haya dado golpes. Por eso, en su neceser no puede faltar una pomada fresquita con ingredientes como el árnica, planta de propiedades antiinflamatorias.



Pequeños placeres

Hay fragancias infantiles que no solo tienen un olor a limpio adictivo, también contienen ingredientes que ayudan a mantener la barrera natural de la piel de los bebés y niños.

Seven Kids
Agua de perfume Enjoy! con notas cítricas y florales, 12,95 €; (thesevenkids.com).

¡Disfruta de una piel *suave y lisa* sin irritación!

Los retinoides se han convertido en un componente 'mainstream' en cosmética. El secreto de esta merecida fama es su gran poder antienvjecimiento. Sin embargo, es muy importante utilizarlos correctamente, porque, de lo contrario, podrían causar irritación y sequedad. Para ello, REVOX B77 ha lanzado el Método Retinal Sandwich: una rutina de belleza –ideal para pieles sensibles y/o secas, y para aquellas que tienen problemas con los retinoides–, que aporta todos los beneficios de estos derivados de la vitamina A, evitando los efectos no deseados. ¿Y cómo lo hace? Atrapando el retinol –el retinoide que más penetra– entre dos capas protectoras de la piel. La rutina

funciona así: sobre la piel limpia y húmeda, aplicamos una capa de JUST Provitamina B5 y Centella. Una vez se absorbe, es el momento de la capa de JUST Retinal. Y cuando la piel está seca de nuevo, acabamos con otra capa gruesa de JUST Provitamina B5 y Centella, que reduce la penetración del retinol, minimizando la posible irritación. Para ir acostumbrando nuestra piel al tratamiento, es aconsejable comenzar de manera paulatina durante el primer mes: las dos primeras semanas, aplicaremos el Método Retinal Sandwich cada tres noches; la tercera semana, cada dos, y la cuarta, en noches alternas. Y como siempre, pero aún más con este método, deberemos protegernos bien del sol a diario.



JUST PROVITAMINA B5 Y CENTELLA es un bálsamo calmante y regenerador que trata el enrojecimiento, la irritación y la sequedad. Calma, hidrata y refuerza la barrera cutánea.

JUST RETINAL es un sérum que combate arrugas, líneas finas e irregularidades. Su fórmula suave promueve la producción de colágeno, mejora la textura y el tono de la piel, suaviza, ilumina y limpia los poros.

REVOX[®]
B77
skincare decoded

A la venta en www.revoxb77.com, Druni y Arenal

bellas

BELLAS ARTES

LA ACTRIZ **OLIVIA BAGLIVI** PRESENTA
LOS LOOKS DE MAQUILLAJE DE
CHANEL DE LA NUEVA TEMPORADA:
OJOS Y LABIOS LLENOS DE FUERZA Y
CREATIVIDAD PARA DAR LA
BIENVENIDA A LA ESTACIÓN.

por **CANTAL CEÑA**
fotografía **DANNIEL ROJAS**
realización
FRANCESCA RINCIARI
maquillaje y peluquería
RAQUEL ÁLVAREZ





La maquilladora oficial de Chanel, Raquel Álvarez, ha trazado la línea del *eyeliner* sobre una base de sombra mate en color rosa de la paleta *Les 4 Ombres Initiation*. Los labios destacan gracias al labial *Rouge Allure Liquid Velvet* tono 212 *Stupédiant*, previamente perfilado con *Le Crayon Lèvres* en *Beige Orange*.

A la izquierda, el párpado 100% otoñal de Olivia, en verde y marrón, se ha hecho con *Les 4 Ombres* en tono *Divination*. Los labios llevan un nude con un acabado satinado gracias a la barra *31 Le Rouge* en beige anaranjado *Rouge Jersey*; (chanel.com).

Chanel
Collar de monedas
y gargantilla de piel y metal;
(chanel.com).



El perfecto smokey en lila de los ojos se consigue con *Les 4 Ombres* tono *Divination*. El toque final lo pone la máscara en la misma gama: *Noir Allure* en *Améthyste*. Para los labios, un rojo que casa a la perfección: *Rouge Allure Liquid Velvet* 222 *Spirituelle*; (chanel.com).

Chanel
Pendientes de metal y piel;
(chanel.com).

Para maquillar los ojos de Olivia, Raquel ha usado una de las nuevas paletas de otoño de *Les 4 Ombres en Initiation*. En los labios, *Rouge Allure Liquid Velvet 232 Renversante*. El tono del esmalte de uñas es *Spirituelle*; (chanel.com).

Chanel

Mono de piel y pendientes metálicos; (chanel.com).

Asistente de realización
Piluca Valverde.

Asistente de maquillaje y peluquería
Álex Gancedo.

Asistente de fotografía
Javi Blanco.

Manicura
Nubia Janeth Soacha.





ientras todo el equipo habla de las vacaciones, Olivia Baglivi confiesa que se ha pasado el verano grabando la segunda temporada de *Memento mori*, la serie de Prime Video en la que ha puesto toda su energía. Ahora, cuando acabe el rodaje, se irá fuera de España a desconectar y a bucear, un *hobby* recién descubierto. No es el único; también confiesa ser una gran aficionada de los juegos de mesa. “*Dixit* es mi favorito, despierta la imaginación.” Por lo demás, asegura que es una chica “muy normal, a la que le gusta estar con sus amigos tomando un vino o comiendo”. El teatro es como un segundo hogar para ella y sobre las tablas estrenará en 2025 *La Orestíada*, de Esquilo. Pero antes, el 24 de septiembre, la veremos en el Festival de Cine de San Sebastián por primera vez presentando *Salto al vacío*, una serie de Atresmedia sobre la vida del gimnasta Gervasio Deferr, junto al protagonista, Óscar Casas. Prepararse para una alfombra roja y jugar con el maquillaje le divierte y le hace sacar una de sus múltiples facetas, porque asegura que hay un montón de Olivias. **Te hemos visto cambiar mucho de look en tus diferentes papeles, ¿cómo lo llevas?** A los directores les gusta cambiarme el físico en cada personaje, me ponen el pelo rojo o aparezco embarazada. Y me hace ilusión, porque creo que significa que no me cogen por un perfil concreto, sino que lo hacen por mí, como actriz, por mi manera de interpretar, no porque me parezca a cómo se imaginan el personaje.

Teatro, cine, televisión... ¿En qué medio te sientes más cómoda? El cine y el teatro son los que más alegrías me dan, pero es verdad que la televisión también me tiene atrapada. He tenido mucha suerte con *Memento mori*: en la realización es cine absoluta y totalmente. Un trabajo tan exhaustivo que es como rodar una película, eso sí, con un ritmo distinto, menos tomas, más secuencias al día... Pero en general, lo que más me ilusiona es un proyecto en concreto, más que el medio.

¿Tu formación como bailarina te ayuda en tu trabajo como actriz? Me ha influido muchísimo, porque el 50% de la labor de un actor es el cuerpo. Y a mí lo que más me gusta de actuar es la gestualidad de los personajes y en el teatro es donde más efectivo me resulta. En general, como intérprete, trato de estar muy concienciada con mi cuerpo. **En una profesión como la tuya, ¿cuesta desconectar al llegar a casa?** Cuando estás trabajando mucho es difícil separar el trabajo del ocio. Ahora que llevo meses ro-

dando, por ejemplo, en cuanto me pongo una película en casa no paro de fijarme en los planos o en cómo lo hace cada actor. En el cine y en el teatro me pasa menos, ahí me olvido y trato de disfrutar sin más.

Tienes una comedia pendiente de estreno, *Aves de corral*, ¿cuesta más hacer reír que llorar? He hecho más drama que comedia y esta última es complicadísima. Hay un imaginario colectivo que piensa que para hacer comedia solo hay que ser gracioso, pero tiene muchísimo que ver con la técnica, necesitas estar muy preparado. Hay que permanecer muy activo, escuchar, ser un actor muy hábil. **¿Cómo llevas la fama? ¿Tiene sus cosas buenas y malas?** La fama no me afecta para nada. Estoy en un momento de mi carrera muy bueno, trabajando muchísimo, pero tampoco he participado en proyectos excesivamente mediáticos. Cuando conocidos o desconocidos valoran el trabajo que he hecho es siempre desde un lugar muy bonito y a día de hoy me hace muchísima ilusión.

¿Has pensado alguna vez a qué te dedicarías si no fueras actriz? Tengo muy claro que sería escritora. Me hubiera encantado escribir, de pequeña fantaseaba con eso. También algo que tenga que ver con la psicología. Soy bastante predecible hasta para los *hobbies*; todos giran alrededor de la creatividad.

¿Qué relación tienes con la moda y la belleza? ¿Es tan buena como parece? Me divierten mucho. Creo que tengo un estilo que es el compendio de muchas cosas, que es mío propio y me parece una forma de desestresarme. Pero sí es verdad que aunque a diario vaya más natural, en un *photocall* me divierte mucho jugar con el maquillaje. La Olivia del día a día va casi en pijama y con un moño, sin maquillar, pero luego puedo asistir a un estreno o a unos premios y que me maquillen muchísimo o llevar la ropa de un desfile que me ha parecido una obra de arte. Lo entiendo como algo creativo y fuera de ahí me gusta también, pero desde un lugar más relajado.

¿Eres de las que se cuida mucho? El *skincare* sí lo llevo más en serio, no desde hace tanto, pero sí que he tomado conciencia de lo importante que es. Me tomo mi tiempo, siempre me limpio la cara, me encantan las cremas... Ahora soy muy consciente de la importancia del cuidado de la piel y el pelo. Y sí que me importa el aspecto físico; no es que me preocupe, pero me importa.

Trabajas mucho con Chanel, ¿qué valores compartes con la firma? Me parece que es una marca auténtica. En el arte y en la creatividad en general me gusta mucho identificar el sello propio y Chanel lo tiene. La clave del éxito es esa mezcla entre la elegancia y la personalidad, porque la voz de cada uno es lo que nos diferencia del resto.

¿Un lugar donde te sientas como en casa? El teatro, un escenario. Me siento muy cómoda pese a los nervios y la adrenalina. Y en casa de mis padres; donde estén ellos, siempre será casa.

¿Un sueño que te quede por cumplir? Dirigir, pero no tengo prisa. ■



LLEGA EL OTOÑO

La maquilladora Raquel Álvarez ha preparado la piel de Olivia con una base muy ligera para conseguir el efecto natural. Un sutil toque de *blush* y un tono nude en la boca con acabado brillante no le restan protagonismo a los ojos, el centro de atención. La clave de esta mirada otoñal es un párpado a dos colores en marrón y verde y, para que quede perfecto, hay que ser meticuloso en la transición de uno a otro, tiene que quedar muy difuminada para que ambos se integren y evitar un efecto corte.



LUCES Y SOMBRAS

En esta ocasión, el maquillaje consta de dos gestos muy simples, pero con un resultado de alto impacto. Sobre un párpado pigmentado con una sombra natural, el *eyeliner* hay que dibujarlo en dos trazos: uno encima de la línea superior de las pestañas y otro siguiendo la línea del lagrimal, justo hasta el punto en el que empieza la línea inferior, para crear un efecto dramático. Y por último, el labial. Queda así de perfecto gracias a un truco infalible: delinearlos antes con un lápiz en el mismo tono y dar varios repases al trazo.



AÑOS NOVENTA

La inspiración noventera resurge este otoño con contrastes como estos: dos tonos antagonistas. Raquel Álvarez explica cómo hacerlo para que la sintonía sea idónea. “En los ojos he creado un *smokey* con profundidad, más claro en el párpado móvil y más oscuro en la cuenca, todo mate, noventero. Para que quede tan pigmentado es muy importante levantar bien el párpado y aplicar la sombra a toquitos. El truco para que ambos tonos hagan *match* es elegir un rojo con pigmentos azules”, aconseja.



VERSIÓN DARK

La noche se viste de cuero en un *look* con un maquillaje muy potente interpretado en clave *glamour*. Para los ojos, Raquel ha jugado con una paleta de sombras en tonos rosas y marrones, aplicadas por todo el párpado y bajo la línea inferior de las pestañas. Y para una boca tan llamativa como esta, lo mejor es elegir un labial con una textura líquida que permita trabajar con mayor precisión la forma, en este caso con acabado mate. El toque final, un colorete rosa que sube por el pómulos y acaba fusionándose con las sombras.



Detrás del *look*

La propuesta de maquillaje de otoño de Chanel ha sido la inspiración de los *looks beauty* que Raquel Álvarez ha creado para Olivia. La colección se llama *Clairvoyance* y ha sido ideada por Cécile Paravina, una de las *Comètes Collectives* de la casa, que se inspiró en la pasión que la propia Gabrielle sentía por las artes adivinatorias. “Me gusta creer que la propia *Mademoiselle Chanel* era capaz de predecir el futuro. En lo relativo al estilo, la moda o el color podía anticiparse y crear aquello que sería relevante más adelante. Y eso resulta muy inspirador”, explica Cécile. Un futuro que tiene mucho color (morados, verdes y marrones) y sofisticación en texturas, *packaging* y acabados.

- 1. Les 4 Ombres** Paleta de sombras *Divination* con un verde matcha mate, dos tonos de violeta y una original tonalidad camel, 61 €.
- 2. Le Vernis** Esmalte de uñas tono *Spirituelle*, 32 €.
- 3. Noir Allure** Máscara de pestañas en el nuevo *Améthyste*, 46 €.
- 4. 31 Le Rouge** Barra de labios con acabado aterciopelado en el nuevo *Rouge Tweed*, 165 €.
- 5. Le Crayon Lèvres** Lápices para labios en tono *Beige Orage* y *Beige Camel*, 30 €.
- 6. Les Tarots de Chanel** Colorete de creación exclusiva en *Lavender*, 65 €.
- 7. Rouge Allure Liquid Velvet** Labial líquido con acabado mate, luminoso y de larga duración, en tono *Passionnante*, 48 €; (chanel.com).

Versión *rosé*

FRAGANCIAS REFORMULADAS CON NOTAS ESPECIALES, HOMENAJES AL AMOR PROPIO Y NUEVOS AROMAS QUE AUMENTAN LA ENERGÍA. **LAS NOVEDADES OLFATIVAS** TE HARÁN VER (Y OLER) EL MUNDO DE COLOR ROSA.

La distinción

Dentro de la colección *Les Esprits de Parfum*, Francis Kurkdjian ha creado este chipre con maderas oscurecidas en el que destaca el cedro saturado de pachulí y suavizado con acordes ambarados y florales.

Christian Dior
Gris Dior Esprit de Parfum, 395 €, 80ml; (dior.com).

Toque eléctrico

La nueva agua de perfume vegana de Tous es ambarada y floral. Contiene notas de pera, pomelo y arándano, acordes de jazmín y flor de naranjo, un toque de chantilly y notas amaderadas. Un chute de energía para el cerebro.

Tous
Agua de perfume Electrotouch, 106 €, 100 ml; (tous.com).

Flores prodigiosas

Los últimos coletazos del verano huelen a pomelo, con un corazón floral de magnolia y una envoltura de almizcle blanco. Un perfume que recoge las notas frescas de *Huile Prodigieuse Florale*.

Nuxe
Prodigieux Floral Le Parfum, 54,10 €, 50 ml; (es.nuxe.com).

Prêt-à-porter

El icono de la firma francesa se convierte ahora en un accesorio para llevar, en un formato *eau de parfum* de tamaño mini, recargable y con forma de corazón que mantiene intacta su mítica fragancia de rosas.

Guerlain
La Petite Robe Noir Frasco Corazón, 69 €, 20 ml; (guerlain.com).

Autoestima

Esta nueva interpretación amplifica el característico acorde de rosa centifolia y geranio bourbon de la original para dar vida a un nuevo aroma con notas de iris negro y absoluto de vainilla.

Narciso Rodriguez
All of Me Eau de Parfum Intense, 123 €, 50 ml; (narcisorodriguezparfums.com).

Quiérete mucho

Es el amor propio hecho fragancia. Un aroma floral amaderado *gourmand* que contrasta el absoluto de hoja de violeta con el de manteca de cacao. El frasco mantiene su famosa sonrisa, esta vez grabada en el cristal.

Lancôme
La Vie Est Belle L'Elixir, 175 €, 100 ml; (lancome.es).

atashi®
cellular cosmetics

EL CÓCTEL PERFECTO DE ANTIOXIDANTES *para tu piel*

ALTA COSMÉTICA DERMOFARMACÉUTICA PARA PIELES SENSIBLES



Con células nativas vegetales de UVA NEGRA DE BORGONA
y de ARÁNDANO ROJO, extracto biotecnológico de GRANADA

@atashicellular • atashicellular.com



RECARGA DEFENSAS

Frena el envejecimiento inducido por los daños medioambientales. Longevidad celular, piel de aspecto joven por más tiempo.

REPARA

Restaura y alisa el microrelieve cutáneo regenerando las células nativas de la epidermis, esplendor dérmico inmediato.

ENERGIZA

Recarga la energía de las células activándolas y protegiendo su ADN.

CALMA

Las pieles sensibles y reactivas.



De venta en farmacias y
parafarmacias de
y plataformas digitales



LABORATORIOS
PERGAL
Inspiring beauty

OTOÑO-INVIerno BEAUTY TIPS

EL REGRESO DE LOS **CLÁSICOS** ES UN HECHO. JUNTO A LOS LABIOS ROJOS Y AL RUBOR DEL COLORETE, TAMBIÉN RESURGEN LAS SOMBRAS DE LOS 90, EL GRUNGE Y EL **CORTE GARÇON**. EN ESTAS MACRO Y MICROTENDENCIAS LA CLAVE ACTUAL SE ESCONDE EN **EL DETALLE**.

por **CANTAL CEÑA**

POWER LIPS

“Jamás subestimes el poder de unos labios rojos”, sentencia Elicer Prince, National Makeup Artist de Guerlain. “Son el símbolo de la pasión, la sensualidad, la elegancia y el poder; por eso es muy importante que el maquillaje sea perfecto”, reafirma.



1. **M·A·C** Glow Play Tendertalk Lipbalm en tono Serve, 27 €; (maccosmetics.es).
2. **Nars** Explicit Lipstick en tono Take It Off, 40 €; (narscosmetics.es).
3. **Gucci** Labial mate 509 Rosso Ancora, 51 €; (gucci.com).
- 4 y 5. **Guerlain** Lápiz perfilador Contour G y barra de labios Rouge G Velvet N°770, 31 € y 42 € respectivamente; (guerlain.com).
6. **Valentino** Barra de labios recargable Rosso Valentino en tono 205A Red Vice, 44,99 €; (sephora.es).
7. **Givenchy** Labial Le Rouge Interdit Satin, 46 €; (givenchy.com).



FRUTOS DE TEMPORADA

Además del eterno carmesí, el granate, frambuesa y todas sus declinaciones están en auge. “Lo más importante es escoger bien tu color según tu subtono de piel. Después, saber cuál es tu tipo de textura (brillo, satinada...) y, por último, aplicarlo bien. El truco está en perfilar los labios primero y, a la hora de usar la barra, comenzar por el labio superior”, aconseja Elicer Prince.



AL CORTE

El garçón es el protagonista. “La clave del estilo es usar la navaja. Le sienta bien a los cabellos finos y rostros ovalados y lo ideal es darle algo de luz en la parte delantera. Hay que retocarlo cada 4 o 5 semanas y resulta fácil de peinar”, resume Eduardo Sánchez, de Maison Eduardo Sánchez.

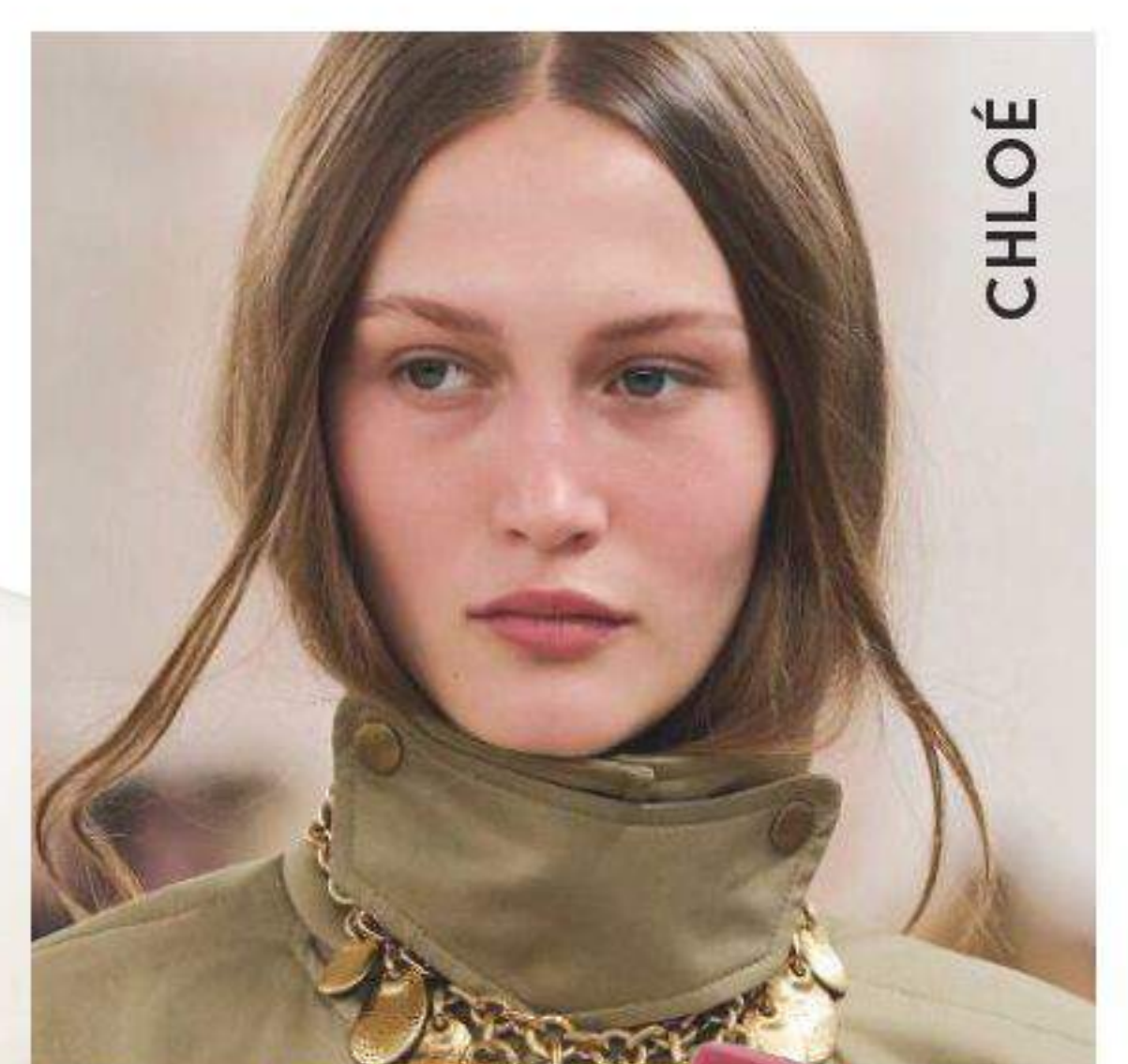
OJOS TEATRALIZADOS



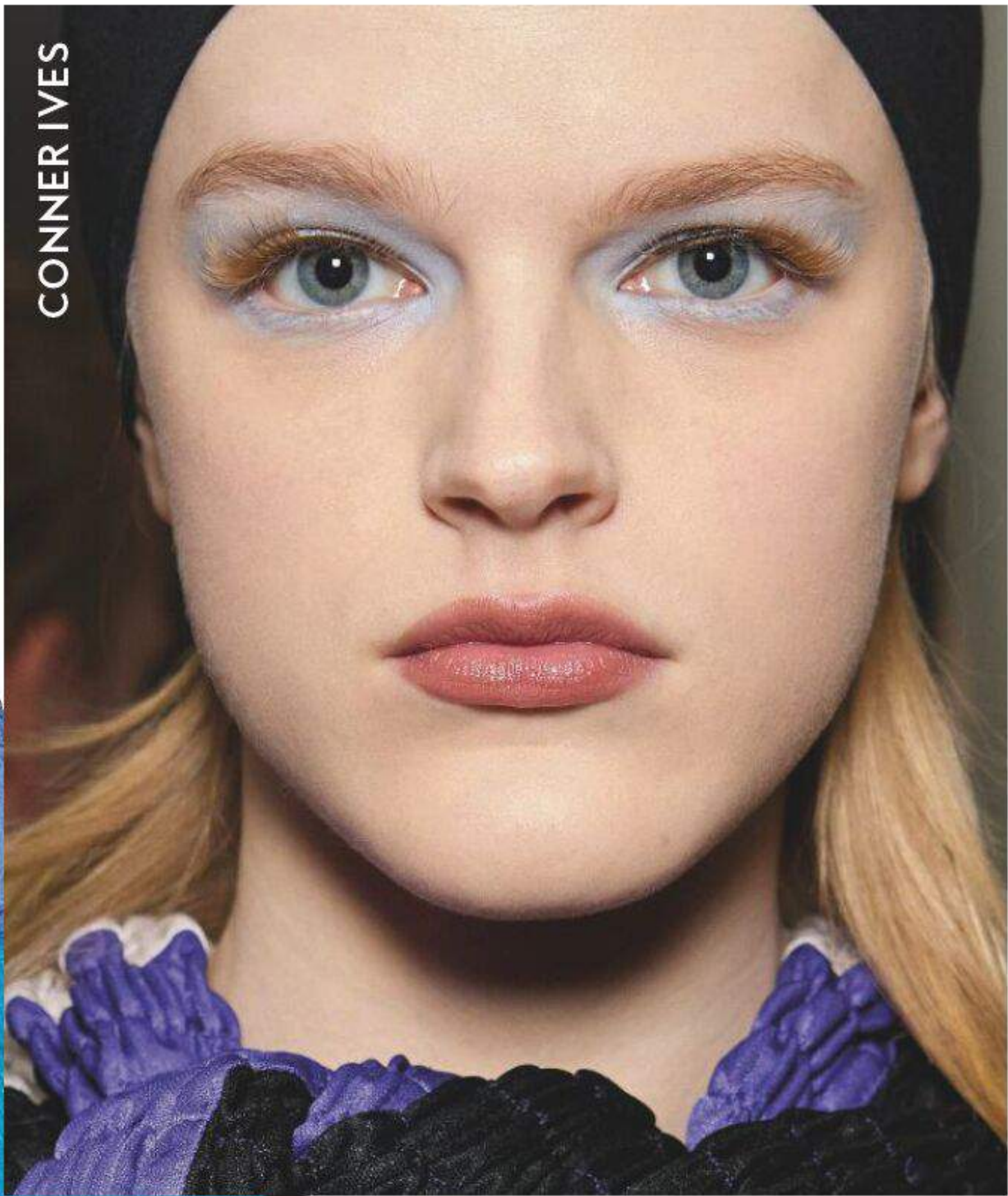
La tendencia de pestañas de muñeca de la pasada primavera ha dado un giro inesperado y este otoño se vuelven aún más dramáticas. El desfile de Giorgio Armani ha sido su máximo exponente, con un extra en las pestañas inferiores realizado con pequeños ramilletes postizos.

SONROJARSE

Para gustos, texturas. Sea en polvo, en barra o líquido, la maquilladora Mara Fervi tiene la clave para aplicar el colorete: “Aunque se ha llevado mucho en la parte alta el pómulos, este invierno retoma su lugar. Y el mejor truco para acertar es el de toda la vida, sonreír. Así el rubor queda en las mejillas y da sensación de salud y candidez”.



1. Giorgio Armani Beauty Colorete líquido Luminous Silk Cheek Tint, 45 €; (armani-beauty.es). **2. Kylie Cosmetics** Colorete Powder Blush Stick tono Make Him Blush, 26,99 €; (kyliecosmetics.com). **3. Rabanne Beauty** Paleta de colorete Palette Blush en tono Summer Fling; (rabanne.com).



TEAM AZUL VS. TEAM ROSA

Para el *makeup artist* Miguel Tragacete, ambos tonos tienen un manual de uso: “El azul lo usaría a modo de sombra en todo el párpado móvil, pero siempre con máscara marrón o negra, nunca azul. En cuanto al rosa, si el tono es muy saturado, como en Dior, me decantaría por algo gráfico. Y si es más pastel, lo pondría muy difuminado a modo de sombra por todo el párpado”.



NYX Detalle de la paleta *Ultimate Shadow Palette* en tono *Vintage Jeans Baby*, 19,95 €; (nyxcosmetics.com).
Prada Sombra de ojos *Prada Dimensions*, tono *05 Pure*, 80 €; (prada.com).
Sephora Sombra de Ojos *Colorful*, de *Sephora Collection*, 13,99 €; (sephora.com).



Bourjois Sombra *Little Round Pot* en tono *02 Iridescent*, 6,50 €; (bourjois.com).
Catrice Sombra de ojos líquida *Space Glam* en tono *020 Cosmic Lights*, 5,69 €; (catrice.eu).
Chanel *Stylo Ombre et Contour* en tono *06 Nude Éclat*, 38 €; (chanel.com).



DOS VERSIONES WET

Chiara Scudieri, fundadora de I.C.O.N., tiene los consejos para lograr un *wet* perfecto en todos los largos. “En el cabello corto, comienza con una superficie mojada, aplica un producto específico y crea el estilo que quieras con un peine. Para un cabello más largo, arranca también con una superficie húmeda, extiende producto y trabaja los mechones por separado creando ese acabado tan definido”, detalla.



PIEL DE PORCELANA



Esta es una tendencia solo apta para pieles blancas, como aconseja el maquillador Miguel Tragacete. “Si una persona es blanquita, puede usar una base mate ligeramente más clara que su tono de piel para lograr ese efecto empolvado o bien aplicar polvos sueltos con el fin de realzar el efecto porcelana. También está muy de moda usar una sombra empolvada en blanco por todo el párpado móvil y fijo”, adelanta.



UMA WANG



DEL CORE



HOLZWEILER



COPERNI

DECOLORA LA MIRADA

Las *bleached brows* siguen ahí, esta vez con un twist: un tono extra en azul o amarillo. La clave para que queden bien es su cuidado y mantenimiento. “Después de decoloraciones, es esencial añadir un extra de hidratación. La solución sencilla sería una mascarilla específica, que se aplica una vez a la semana y proporciona hidratación, brillo y fuerza al pelo, contrarrestando los efectos negativos de las decoloraciones”, aconseja Aura Serras, presidenta de RevitaLash España.

MANICURA VERDE OLIVA



Si necesitas un empujón para animarte a pintar tus uñas de este tono, Lara López, CEO de *Le Salon Nails* para Essie, te lo da: “El color verde es tendencia, está enfocado a la armonía y se dice que atrae las buenas vibras. Resulta ideal para uñas cuadradas y cortas y lo más importante es encontrar un matiz adecuado al subtono de piel para que realce nuestra pigmentación. Queda perfecto con un acabado mate, pero también si añadimos doble capa de *top coat* brillo en las versiones más oscuras”.

FIEBRE GRUNGE

“Para conseguir ese acabado trasnochado, aplica la sombra negra con los dedos. Usa un pincel después si quieres difuminarla un poquito más”, aconseja Miguel Ángel Álvarez, *National Makeup Artist* de YSL Beauty.



1. YSL Beauty Paleta de sombras *Couture Mini Clutch* tono 700, 65 €; (yslbeauty.com).

2. Sisley Paris Máscara de pestañas *Phyto-Noir*, 63,50 €; (sisley-paris.com).

3. Kiko Milano Eyeliner *Glow Ink Gloss Supreme*, 11,99 €; (kikocosmetics.com).

4. Rabanne Beauty Base de maquillaje *Fresh Touch Foundation*, 39 €; (rabanne.com).

5. Clarins Lip *Comfort Oil* Colección *Black & White*, 30 €; (clarins.es).



ANIYE RECORDS

AL HABLA CON...

Eva Longoria

PUEDE PRESUMIR DE SER ACTRIZ, DIRECTORA, PRODUCTORA, ACTIVISTA... Y UNA DE LAS EMBAJADORAS DE L'ORÉAL PARIS MÁS IMPLICADAS EN PROYECTOS POR Y PARA MUJERES.

por CANTAL CEÑA

Es muy carismática. Seguramente la culpa la tenga su sonrisa, que atrapa desde el principio. Eva Longoria (Texas, 1975) ejerce de actriz, directora, productora, embajadora de L'Oréal Paris y madre de un niño de 6 años. Una mujer *multitasking*, como ella dice. “Todas lo somos, las mujeres podemos hacer varias cosas a la vez”, asegura. Eva es el claro ejemplo. Después de triunfar como actriz y dirigir su primera película, *Flamin' Hot*, ha protagonizado y producido la serie *Tierra de mujeres* (en Apple TV) y está implicada de lleno en la campaña *Stand Up* contra el acoso callejero de L'Oréal Paris. También participa en el premio *Lights on Women*, que se entrega desde 2021 en el marco del Festival de Cannes para dar visibilidad a las mujeres en el mundo del cine. “Mostrar al sector que las mujeres hacen buenas películas es muy importante, y este premio sirve para apoyar, aplaudir e impulsar las carreras de las cineastas”, explica con orgullo.

¿En qué papel te sientes más cómoda: actriz, directora, activista, embajadora de L'Oréal Paris...? En todos, porque no hay que elegir solo un camino en la vida. Disfruto mucho con la actuación, la dirección y la producción. Y, por supuesto, mi activismo va siempre conmigo, especialmente en mis proyectos. *Flamin' Hot* es una película con un mensaje muy potente sobre la comunidad mexicoamericana. Tengo siempre un propósito activista en todo lo que hago, incluso en mi papel como madre, el más importante.

¿Premios como *Lights on Women's Worth* ayudan a que las mujeres ganen visibilidad en el mundo del cine? Adoro el programa *Lights on Women* que ha impulsado L'Oréal Paris. Es muy importante, porque puede incluso cambiar el rumbo de las carreras de estas mujeres al ser una manera de que la gente vea sus películas. El problema de

las directoras femeninas es que somos creativas, tenemos talento y nos sentimos perfectamente capaces, pero no contamos con las mismas oportunidades que los hombres. Por eso, tener un premio así sirve para demostrarle al sector que nosotras hacemos buenas películas.

¿Has vivido alguna experiencia negativa por ser mujer? Claro, me han rechazado muchas veces, pero de esas experiencias también he aprendido y he seguido trabajando en lo que quiero. Probablemente, todas hemos escuchado frases como “tú no puedes hacer eso”. Y tenemos que demostrar que quienes las dicen están equivocados.

¿Y qué supone para ti ser la imagen de la campaña *Stand Up* de L'Oréal Paris contra el acoso callejero? Es algo muy importante; me alegro de que L'Oréal tomara la

decisión de estudiar y luchar contra este problema que existe en todo el mundo, desde Brasil hasta Madrid o EE.UU. Y no solo concienciar, sino también educar a la gente sobre cómo debe actuar si se ve ante un caso así. Es un programa increíble y fundamental para todos, no solo las mujeres. Cuanto más podamos hacer y ayudar para modificar la forma de pensar de la gente, mejor.

¿La maternidad te ha cambiado mucho la vida? Absolutamente; te la cambia entera. Mi hijo es la prioridad absoluta, el centro de mi universo.

¿Qué valores intentas transmitirle? El feminismo, por ejemplo, que entienda que las mujeres son igual que los hombres, que pueden hacer las mismas cosas.

¿Tienes una rutina beauty muy estricta? Me encanta el *skincare* y tengo mi rutina de día y noche. También entreno de forma regular; es muy importante y lo hago pronto por la mañana para empezar bien el día. En cuanto a maquillaje, no salgo sin máscara de pestañas. ■

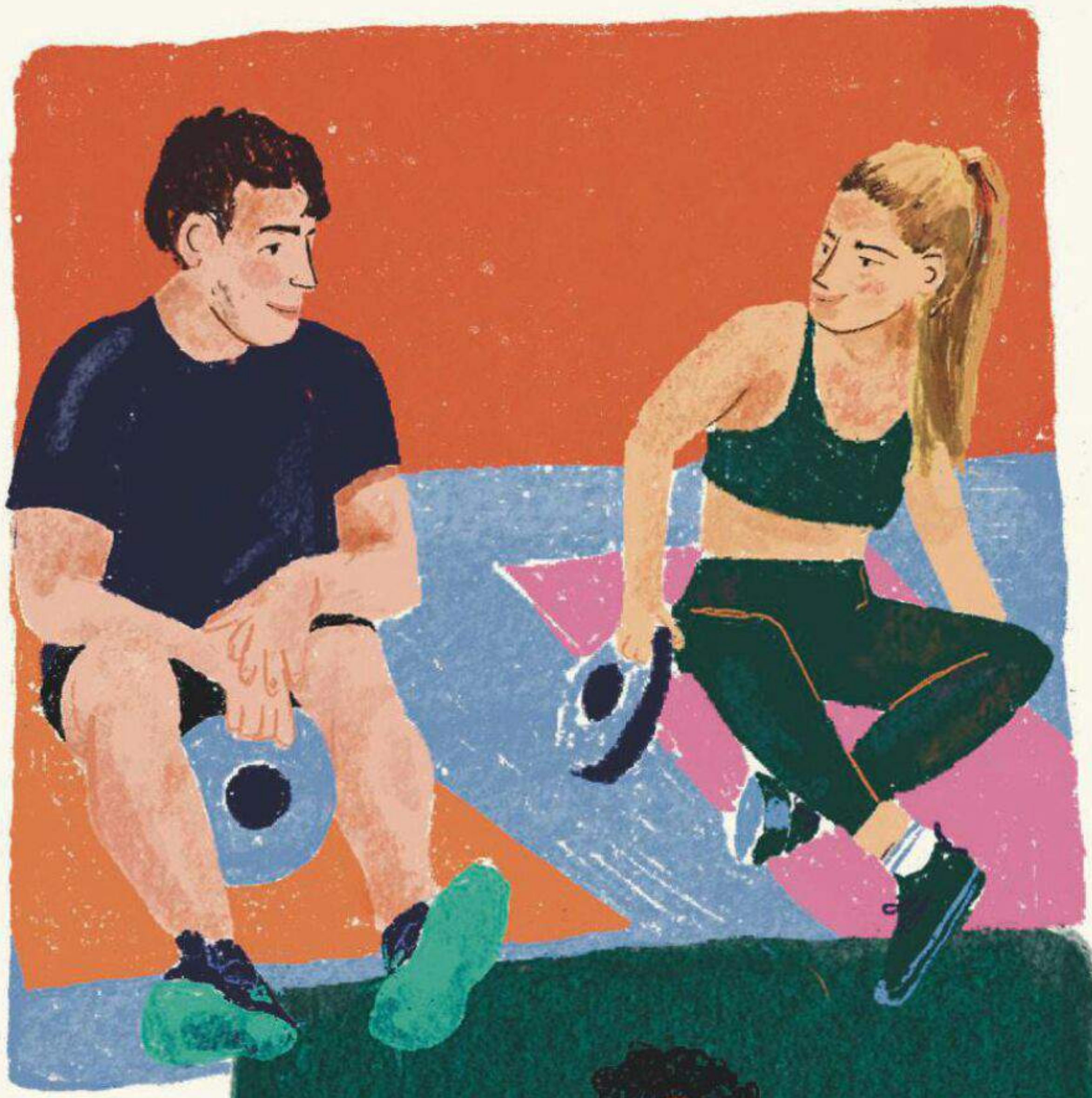
LOS BÁSICOS DE EVA

La línea de tratamiento Revitalift es su favorita, tanto para el día como para la noche, y la máscara de pestañas, su imprescindible de maquillaje.

1. Sérum con color Accord Parfait, 20,09 €. 2. Revitalift Filler Sérum, 21,90 €. 3. Revitalift Filler Contorno de Ojos Sérum, 21,90 €. 4. Máscara de pestañas Panorama, 14,95 €; (loreal-paris.es).







¿El último fiestón?

ENTRENAR

EL SUDOR Y LA LUCHA CONTRA LAS CALORÍAS BAILA AHORA CON LAS CARCAJADAS Y LAS GANAS DE CONOCER A GENTE NUEVA. UNA ADVERTENCIA: INCLUSO LAS *HATERS* DEL DEPORTE VAN A QUERER HACER *BURPEES* EN UNA TEMPORADA EN LA QUE PARA LUCIR NO HAY QUE SUFRIR, SINO DISFRUTAR.

por **MARITA ALONSO**

ilustración **AGUSTINA MOUNTFORD**

Somos conscientes de que hay personas a las que les apasiona entrenar y a las que la palabra *crossfit* les eriza la piel (¡para bien!), pero hay otras tantas que aborrecen profundamente el ejercicio. Por fortuna para ambos grupos, nos encontramos ahora en un momento en el que, por fin, hacer deporte se vincula a dos valores añadidos: conocer gente y pasarlo bien. Hasta el momento, ir al *gym* era una decisión casi individualista, y lemas como ‘para lucir, hay que sufrir’ (que ni el inglés logra arreglar ni dulcificar con su ‘*no pain, no gain*’) habían identificado el ponerse en forma a un acto cercano al masoquismo *fitness*. Agus Panzoni, directora de tendencias de *Death to Stock*, la biblioteca de imágenes que ayuda a las marcas a construir su firma digital, asegura que, poco tiempo atrás, entrenar era un acto tan personal que bordeaba el solipsismo. “Nos obsesionamos con una optimización que se manifestó en la ingesta interminable de suplementos *trendy*, *Fitbits* y preparaciones físicas muy intensas. De hecho, el autocuidado se acercó mucho al autocastigo, porque priorizamos machacarnos y obtener resultados a pasar un rato de ocio. Pero a medida que comenzamos a fijarnos en nuestra salud mental, y en el contexto de una economía desastrosa y ante una pandemia de la soledad, el *fitness* se está reimaginando desde un prisma colectivo: así es como ha llegado la era del deporte

social, siendo el ejercicio una fórmula para construir comunidades. Crear nexos personales es ahora tanto o más importante que rendir. Por eso, los clubs de *running* alrededor del mundo han despegado de tal manera que algunos de ellos tienen hasta su propio podcast. Los gimnasios se están convirtiendo en el nuevo *Soho House* y la participación en disciplinas de grupo, como el fútbol, está alcanzando niveles insospechados”, explica Panzoni.

LA NUEVA META DEL *RUNNING*

Precisamente los clubs de *running* a los que alude se han transformado en una suerte de nuevas *apps* de citas, y han sabido sacar provecho de la tendencia. Estos apuestan ahora por incorporar reuniones sociales como quedadas *after run* en las que poder relacionarse mientras te tomas una copa. Todo ello sin la intención expresa de convertir el deporte en el nuevo Tinder, pero sí para construir grupos de gente afín. Una de las principales acciones que aborda la marca deportiva Hoka en España, por ejemplo, es el club de *running The Ginger*, de Candela Pérez, en el que la compañía actúa como patrocinadora en diversos eventos y actividades en Madrid, Barcelona y Valencia. Los integrantes del club pueden probar las Hoka Mach 6 y disfrutar después de un desayuno postcarrera. Por su parte, Tinder ya se ha aliado en Londres con la *app* para corredores Runna lanzando *SoleMates Run Clubs*, una

serie de carreras gratuitas a lo largo de las calles londinenses. “Al ser las noches cada vez más largas y teniendo en cuenta que los solteros más jóvenes huyen de los encuentros clásicos, los *SoleMates Run Clubs* les permiten disfrutar de una quedada diferente. Lo que está garantizado es que las pulsaciones aumentarán”, dice Laura Wilkinson-Rea, Directora Senior de Comunicación.

EL GYM ES LA NUEVA DISCOTECA

También los gimnasios, esos templos deportivos a los que muchas personas han acudido casi por obligación, son ahora los nuevos Space o Pacha, gracias a entrenamientos en los que importa tanto quemar como pasarlo bien. Es el caso de Barry’s, cuyas innovadoras clases de fitness han conquistado a las Kardashian y que acaba de llegar a Barcelona con sesiones que se dividen al 50 % entre entrenamiento cardiovascular y ejercicios de fuerza amenizados por una música y una iluminación dignas de club. “Lo maravilloso es que crean familia y hacen que te lo pases en grande, teniendo además un *coach* fijo para que rindas al máximo. Puedes dejarte llevar y solo pensar en recrearte escuchando al *coach* y disfrutando de la música a lo largo de esos 50 minutos inmersivos. Ante un presente en el que prima el estrés y la falta de tiempo, aquí no tienes que ocuparte absolutamente de nada”, asegura la entrenadora personal de Barry’s Barcelona, Cristina Gonzalo, conocida en las redes como *Cristifitt*. “Creo que es un trabajo suplementario perfecto para sumar al entrenamiento habitual. La gente sale con una sonrisa increíble, porque Barry’s apuesta sobre todo por crear comunidad. Esta actividad engancha porque acaba resultando muy atractiva”, asegura la entrenadora. Otro ejemplo de esta tendencia es Lapso Studios, que combina *cycling*, *coaching*, baile, yoga o meditación. “Lapso se ha convertido en una actividad social más. Muchísima de la gente que pasa a diario por nuestro estudio lo hace en grupitos, pues quedan y planean su sesión. Desde hace algún tiempo, hemos observado que suelen ser grupos de amigas que antes quedaban para caminar, tomar un café o jugar a pádel, y que han creado ahora el hábito de hacer sesiones de Lapso juntas para después ir a almorzar”, explica Eugenia Llopart, CEO y cofundadora. “Nuestras clases se han convertido en un momento de cuidado y dedicación a una misma, en un espacio de ocio y

“Los grupos de amigas que antes quedaban para caminar o jugar al pádel ahora entrenan juntas y después se van a almorzar.”

—EUGENIA LLOPART, CEO Y COFUNDADORA DE LAPSO STUDIOS.

diversión. Buscamos ser un punto de reflexión que cambie el día de nuestros usuarios, pero también un lugar en el que sentirse a gusto y en comunidad”, añade.

Por su parte, Juxta es una experiencia de *fitness* innovadora que sumerge a los participantes en el pulsante ambiente de la cultura de club. “Cada vez es más habitual entrenar de una forma divertida, porque los consumidores buscan experiencias más motivadoras y gratificantes, en lugar de las opciones de *fitness* más tradicionales y monótonas. Fusionamos la energía vibrante de una discoteca con el ejercicio físico para que las personas disfruten de la experiencia en vez de sentir que hacen un sacrificio. Esta combinación logra que el entrenamiento sea algo que la gente espera con entusiasmo, transformando el ejercicio en una actividad social y placentera”, comentan Giulia Bocci y Costanza Randaccio, fundadoras de Juxta. “Queremos que cada clase se sienta como una experiencia divertida y motivadora, donde los asistentes no solo obtengan resultados físicos, sino que también gocen de la energía positiva y del ambiente social que se respira en un club. Es genial ver cómo nuestras clases se convierten en una especie de fiesta donde la misma energía de una noche fuera se puede reproducir haciendo algo más saludable”, dicen.

HOTELES FIT

Puede que a estas alturas de la lectura ya tengas agujetas, pero aún hay más. Los retiros y hoteles vacacionales también se esfuerzan cada vez más por ofrecer a sus huéspedes entrenamientos que van más allá de la clásica cinta de correr. Es el caso de Royal Hideaway Sancti Petri donde, como explica Katia Muñoz, *wellthy expert*, se ofrecen clases como *ballet fit*. “Es una combinación de ballet, pilates y yoga en la que se apuesta por una playlist de canciones pegadizas. Hace que entrenes y corrijas la postura pero, a la vez, te lo pasas bien e interactúas con muchas personas. Anteriormente, el cliente hacía deporte sobre todo para el cambio físico; no obstante ahora somos más conscientes de los beneficios físicos y mentales, por lo que buscamos sociabilizar y entrenar de una forma diferente para olvidarte del mundo exterior”, asegura. Por su parte, Zel Costa Brava, situado cerca de Tossa de Mar, destino turístico donde los haya, permite practicar 46 actividades deportivas diferentes y, la mayoría, en grupo. Desde disciplinas de pista como tenis, fútbol-tenis, baloncesto, hockey, ping-pong, voleyplaya o waterpolo, hasta retiros y deportes de naturaleza como el nordic-walking, running, bicicleta, trekking o crossfit y entrenamientos de yoga, pilates, danza, o jiu-jitsu.

La tendencia del deporte grupal seguirá al alza según los expertos en marketing y no solo porque genera nuevos lazos y reduce la ansiedad. Económicamente también aporta ventajas: genera fidelidad y trae nuevos clientes mediante el boca a boca. Todo ello hace más estable los negocios incluso en los peores tiempos de crisis. Una fórmula, como vemos, que trae beneficios para todos. ■

MAQUILLAJE SEGÚN TU HORÓSCOPO

Back to the office

Dime cuál es tu signo del zodiaco y la nueva colección de **Catrice** te dirá qué maquillaje será tu mejor aliado para la vuelta a la oficina.



ARIES: CARE IN COLOURS LIP BALM

Enérgica y decidida, necesitas que tu vuelta a la oficina sea perfecta, como tus labios hidratados, brillantes y con color.



TAURO: INVISIBLE COVER FOUNDATION

Tu carácter tranquilo encontrará en esta base ligera su aliada para ir maquillada a trabajar de forma natural. ¿Algo más? Dura 16 horas.



GÉMINIS: GRIP TO LAST EYESHADOW PRIMER

Una mujer como tú quiere que su maquillaje refleje su estilo. Este primer, que intensifica la sombra y prolonga la mirada, lo conseguirá.



CÁNCER: GLAM & DOLL ENDLESS LASH MASCARA

Aunque no te gusta experimentar, el espíritu vacacional aún se siente. Esta máscara, que no mancha, definirá tu mirada. ¡Sé atrevida!



LEO: HOLIDAY SKIN 4 IN 1 ILUMINIZER

Con las pilas cargadas, tu rentrée debe ser feroz. Este iluminador que, además, broncea y esculpe, hará que saques la leona que llevas dentro.



VIRGO: CREAMY NUDES LIP PEN

Para alguien tan organizada, que odia las líneas torcidas, este lápiz con punta precisa, que es perfilador y pintalabios, será la mejor adquisición de tu neceser.



LIBRA: BROW SLEEK LAMINATING WAX

Seductora por naturaleza, necesitas que tu regreso al trabajo sea triunfal y sin cabos sueltos. Este fijador que logra unas cejas perfectas es un buen comienzo.



ESCORPIO: CAFFEINE KICK UNDER EYE SERUM

Alguien decidida y poderosa como tú sabe que detrás de un buen look, hay un tratamiento 10. Como este sérum que hidrata, desinfla e ilumina la mirada.



SAGITARIO: COZY GLOW EYE & CHEEK PALETTE

Atrevida y aventurera, la vuelta a la rutina es un buen momento para dar un giro a tu look. Esta paleta con espejo para ojos y mejillas te permitirá hacerlo.



CAPRICORNIO: PH-REACTIVE MULTI STICK

Hay cosas que nunca cambian y tu look natural, incluso para ir a trabajar, es una de ellas. Esta barra que reacciona al PH de la piel te lo pone fácil.



ACUARIO: BLUSH AFFAIR CREAM & POWDER PALETTE

Las acuarios son originales y creativas. Por eso, no preguntan qué sino cómo. Este colorete, en polvo y en crema, te da dos respuestas y... ¡idos acabados!



PISCIS: SPACE GLAM LIQUID CHROME EYESHADOW

Tu vuelta al trabajo promete ser tranquila y suave, como tú. Esta sombra líquida, con perlas reflectantes que cambian de color, harán que brilles sin dar la nota.



“El ejercicio es algo que hay que practicar toda la vida y hay que hacerlo de forma correcta y segura.”

—MONIQUE ESATWOOD, ENTRENADORA



Una de las zonas al aire libre de Camiral Golf & Wellness en Girona (camiral.com).

LA EXPERTA

Monique Eastwood

ACTRICES COMO ANNE HATHAWAY HAN CONFIADO EN ELLA PARA PONERSE EN FORMA Y YA ES CONOCIDA COMO LA ENTRENADORA DE LAS FAMOSAS.

A cualquier edad, de todo tipo y, si es posible, al aire libre. Estas son algunas de las recomendaciones de Monique Eastwood a la hora de hacer ejercicio. El que sea, porque más vale una caminata corta al día que nada, asegura. La clave está en adaptar el tipo de actividad a la disponibilidad y situación de cada uno. Lo dice por experiencia: Monique es reconocida por crear entrenamientos para circunstancias tan especiales como un rodaje. Entrenadora de Anne Hathaway y Emily Blunt, entre otras estrellas, nos explica que la clave para que una rutina sea efectiva en estos casos es ajustarla al papel que vayan a interpretar.

¿Es difícil mantenerse en forma con el tipo de vida que lleva una actriz? No, mi método está basado en ejercicios muy diversos que se adaptan al papel que tengan. Si ruedan una película de acción, por ejemplo, hemos de trabajar la resistencia, la elasticidad, la agilidad o la flexibilidad, no solo para evitar lesiones sino para aguantar los largos y duros días de trabajo en los que tienen que estar siempre al 100%.

También eres experta en menopausia, ¿qué actividad física es la más efectiva durante esta etapa de la vida de la mujer?

Evidentemente, la menopausia afecta a los músculos; de hecho, su deterioro comienza antes, a partir de los 30 años. Pero más que por la masa muscular, hay que preocuparse por crear una rutina de actividad, trabajar para endurecer los huesos y tener un buen sistema cardiovascular.

¿Cuáles son los mejores ejercicios? Los multidireccionales, porque la menopausia, además, afecta a la memoria y al equilibrio.

¿Qué errores se cometen más? Es mejor hacer poco y bien que mucho y mal; el deporte es algo que hay que practicar toda la vida y hacerlo de forma correcta y segura. ■

UN RETIRO DE LUJO

Monique Eastwood dirige un programa de retiro enfocado a la menopausia en Camiral Golf & Wellness (Costa Brava). “En un retiro tenemos la oportunidad de hacer las cosas bien, formados por profesionales. Y al salir podremos entrenar solos con más confianza.”

1

LA PROMESA

Con la rosa de Granville como protagonista, este sérum mejora su fórmula para trabajar en la recuperación cutánea, un mecanismo capaz de borrar la memoria de una agresión en el corazón de la piel. La clave está en la micronutrición rica en omegas, los encargados de transportar esos micronutrientes en la piel.

3

EL VEREDICTO

Su textura es única: contiene 10.000 micropérolas que protegen en su interior a los omegas y los preservan hasta su activación. Huele a rosa y tiene un tacto entre gel y aceite que deja sensación de calma y frescor en el rostro. Por eso es especialmente efectivo durante un tratamiento láser.



2

LA OPINIÓN

“El nuevo Nutri-Rosapeptide, procedente de la rosa de Granville, incorpora una doble extracción de pétalo porque el pétalo es especialmente rico en dichos componentes. Y gracias a este complejo, el transporte de los omegas a través de la piel es 3 veces más efectivo, la síntesis de elastina mejora en un 40% y la de ácido hialurónico aumenta en un 435%”, asegura Virginie Coutureau, directora de comunicación científica de Dior Belleza.

Dior
Dior Prestige
La Micro-Huile
de Rose Activated
Serum, 395 €;
(dior.com).

LO HEMOS PROBADO

LA ALIMENTACIÓN DE LA PIEL ES CLAVE. Y EL SÉRUM **MICRO-HUILE DE ROSE**, QUE ACABA DE REFORMULAR **DIOR**, LE APORTA LOS OMEGAS QUE NECESITA PARA SU RECUPERACIÓN ABSOLUTA GRACIAS AL COMPLEJO **NUTRI-ROSAPEPTIDE**, CONCENTRADO PROCEDENTE DE LA ROSA DE GRANVILLE.

EN PRIMERA PERSONA Gregoris Pyrpylis

EL DIRECTOR CREATIVO DE MAQUILLAJE DE HERMÈS NO SIGUE NORMAS NI TENDENCIAS. EL COLOR Y LA LIBERTAD SON LOS EJES CENTRALES DE SUS COLECCIONES.



Si la expresión 'lujo silencioso' se aplicara al mundo de la belleza, el trabajo de Gregoris Pyrpylis al frente de Hermès como director creativo de maquillaje sería su máxima expresión. El artista heleno llegó a la casa en 2022 y no ha parado de trabajar en colores y texturas únicas, las piedras angulares del éxito de sus colecciones. No está solo: en Hermès trabaja con un *pool* de artistas (Pierre-Alexis Dumas, Pierre Hardy, Christine Nagel) que le inspiran, pero lo que más agradece es la libertad que le han dado a la hora de hacer su trabajo.

¿Qué supone para un maquillador trabajar para Hermès? Tener a mi disposición todas las texturas y los colores (hay más de 75.000 tonos

diferentes en los pañuelos y 900 en los accesorios de piel) del archivo ha sido un sueño hecho realidad. Y ese *expertise* es lo que distingue a la marca también en la industria de la belleza.

¿Cómo entiendes el maquillaje? Para mí no puede estar sujeto a re-



glas ni a tendencias. La clave está en observar y experimentar. Así es como lo veo yo: hay que probar qué texturas nos sientan mejor, qué colores, jugar mucho con ellos y hacerlos nuestros. No va de cómo te ves por fuera, sino de cómo te sientes.

¿Tiene un punto psicológico? Por supuesto, y muy fuerte. Cuando maquillo a alguien he de hablar con esa persona, conocerla y entenderla. Aprender que no es solo cómo quiere que la vean sino cómo se ve. Y aunque la maquille varias veces, nunca será igual, porque cada día tenemos un estado de ánimo diferente.

Entonces, ¿el maquillaje es cuestión de intuición? Exacto, no creo en las tendencias porque borran la personalidad. Hace 10 años puede que sí, pero ahora hemos superado ese momento. En Hermès nunca nos ceñimos a ellas, sabemos que están ahí, las observamos, pero jamás hacemos *copy-paste*. Tengo libertad absoluta para crear y eso es lo mejor.

¿Cuál es la clave del éxito de estas colecciones? Que invitan a las mujeres a expresarse libremente. Nadie es la misma persona cada día y en Hermès no te vamos a decir cómo usar el color o las texturas, sino que vamos a ofrecer un enorme abanico de opciones que reflejan, eso sí, nuestro *expertise*. Pero eres tú la que va a elegir cómo usarlos.

¿Crees en el poder del maquillaje para subir la autoestima? Si lo utilizas con el objetivo de expresarte libremente, por supuesto. Aunque

no sepas cómo aplicarlo y no lo lleves perfecto. Cada día veo por la calle a mujeres de diferentes edades que irradian una belleza y una seguridad que no tiene comparación. Y la clave está en la libertad con la que se expresan a través del maquillaje. Si eres fiel a ti misma, no importa que lleves los labios mal pintados o que se te haya corrido el *eyeliner*.

¿Qué es para ti la belleza? Está en cómo te sientes, no en cómo te ven los demás. A mí me gusta ver la belleza como si lo hiciera a través de los ojos de un niño, no de un artista o maquillador. Me gusta salir de la realidad y volver a esos años de colegio en los que tenía una caja de lápices de colores y podía dibujar lo que para mí era bello como yo quisiera. Y mi madre lo colgaba como si fuera una obra de arte. Esa libertad de creación, de expresarte sin miedo a que nadie te juzgue, es lo que más se acerca a lo que es para mí la belleza.

¿Qué papel juegan las redes sociales en el mundo *beauty*? Te gustan o no te gustan, como todo en la vida; tienes que experimentar en ellas para saberlo. Es un buen canal para conectar con gente con la que compartes la misma pasión por algo, pero también hay que buscar el equilibrio. En internet puedes encontrar lo mejor y lo peor, depende solo de ti elegir con qué te quedas. Yo utilizo mucho las redes, sobre todo Pinterest, que me inspira mucho. Miro, observo, pero no dejo que me influyan de forma negativa. ■

“El maquillaje no puede tener reglas ni seguir las tendencias, porque borran la personalidad. La clave está en experimentar.”

—GREGORIS PYRPYLIS



LE TRAIT D'HERMÈS

Los protagonistas de la nueva colección de Gregoris Pyrpylis son los lápices para ojos y labios en infinitud de tonos. La completa un *eyeliner* recargable en color negro, pincel y sacapuntas. A la venta en el mes de octubre; (hermes.com).

TEXTO: CANTAL CEÑA. / FOTOS: CHARLOTTE DEREGNIEUX, STUDIO DES FLEURS.



Última hora



RIHANNA VIENE AL PELO

Siendo la celebrity que más se ha cambiado de look a lo largo de su carrera, era lógico que su marca de belleza, Fenty Beauty, evolucionara y añadiera a su porfolio una línea de cuidado y styling para el cabello, Fenty Hair.

Con la misma filosofía de 'belleza para todos', esta nueva gama apuesta por un cabello sano como base de un buen peinado. Hasta el momento, ha visto la luz con nueve productos para todo tipo de cabellos.

Fenty Hair

Crema definidora de rizados The Homecurl, 34 €; (fentybeauty.com).



DIANE KENDAL

El juego de maquillar

Es una de las *makeup artists* más famosas del mundo y la directora creativa de Rabanne Beauty. Hablamos con ella a propósito del lanzamiento de los nuevos productos de la marca: el *blush*, la base y el corrector, del cual nos da un truco infalible: "Hay que aplicar solo tres gotas y no pegarlo demasiado al ojo, porque queda raro y lo peor es que no se fundirá bien con la base", explica.

Su concepto de belleza "No es algo objetivo, sino una forma de expresarse, de pasárselo bien, de jugar. Por eso y para eso está hecho el maquillaje de Rabanne, que en mi opinión y resumiéndolo en tres conceptos, es divertido, bonito y muy juguetón."

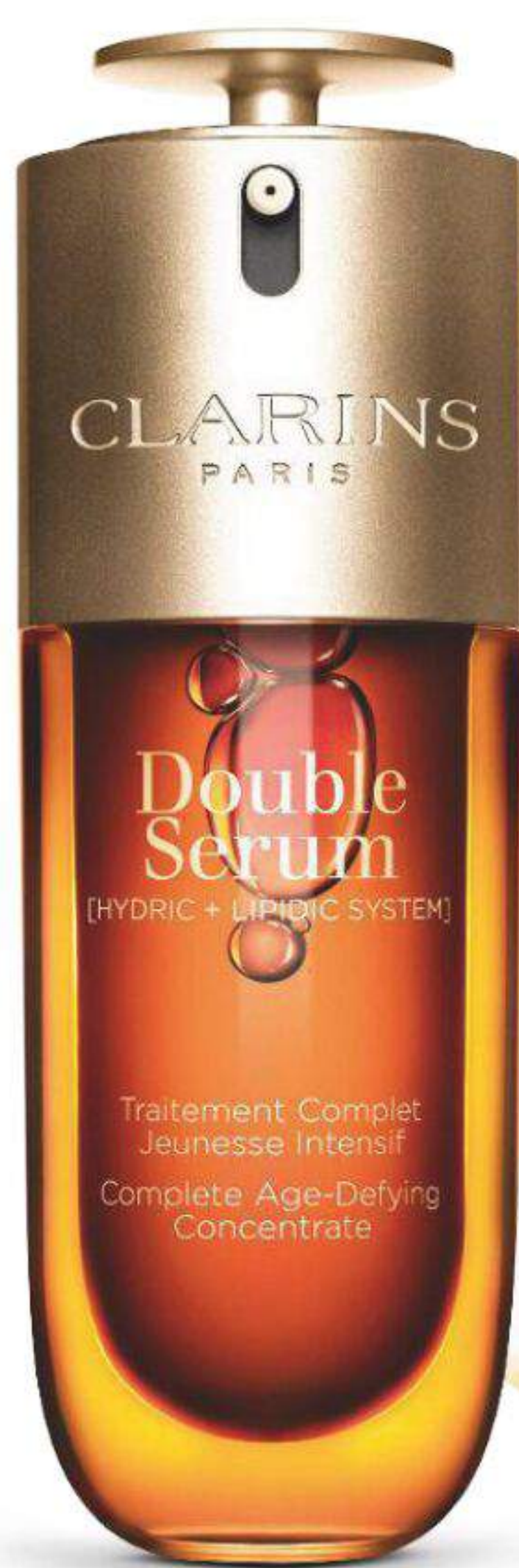
Junto a los mejores "Me encanta trabajar para los desfiles, sobre todo con Julienne Dossena, el director creativo de Rabanne. Reunirme con él, hablar de la colección, de lo que le ha inspirado y de cómo se imagina a las modelos sobre la pasarela. A partir de estas conversaciones, creo el look de maquillaje para el show."

Lo que no se debe hacer "No hay nada que odie más que el exceso; es el peor error que cometemos con el maquillaje. Demasiada base para tapar imperfecciones, mucha sombra, labial... Menos es más."



Match perfecto

Fruto de un diálogo entre Pharrell Williams, director creativo de las colecciones masculinas, y Jacques Cavallier Belletrud, perfumista de la casa, nace *LV Lovers*, la última fragancia de Louis Vuitton. Un aroma que reproduce el olor del sol en la piel con gálbano, madera y notas verdes (es.louisvuitton.com).



FÓRMULA RESISTENTE

El emblemático *Double Serum* de Clarins se renueva con una fórmula basada en la **epigenética**. Tras cuatro años de estudios, han conseguido revertir las señales de la edad en la piel causadas por los malos hábitos gracias a su ingrediente estrella: el **extracto de caña de Provenza bio**.

Clarins
Double Serum,
147 €; (clarins.es).

CIRUGÍA DE PECHO: ¿QUÉ PASA DESPUÉS?

Uno de los miedos más comunes a la hora de **operarse el pecho** es el postoperatorio. Suele ser molesto y doloroso y esto hace que muchas mujeres descarten la intervención. Por eso, IML Clinic ha elaborado **un protocolo** llamado *Fast recovery*, una metodología única que permite a las pacientes recuperarse en menos tiempo y de una forma absolutamente segura (iml.es).

El capricho del neceser

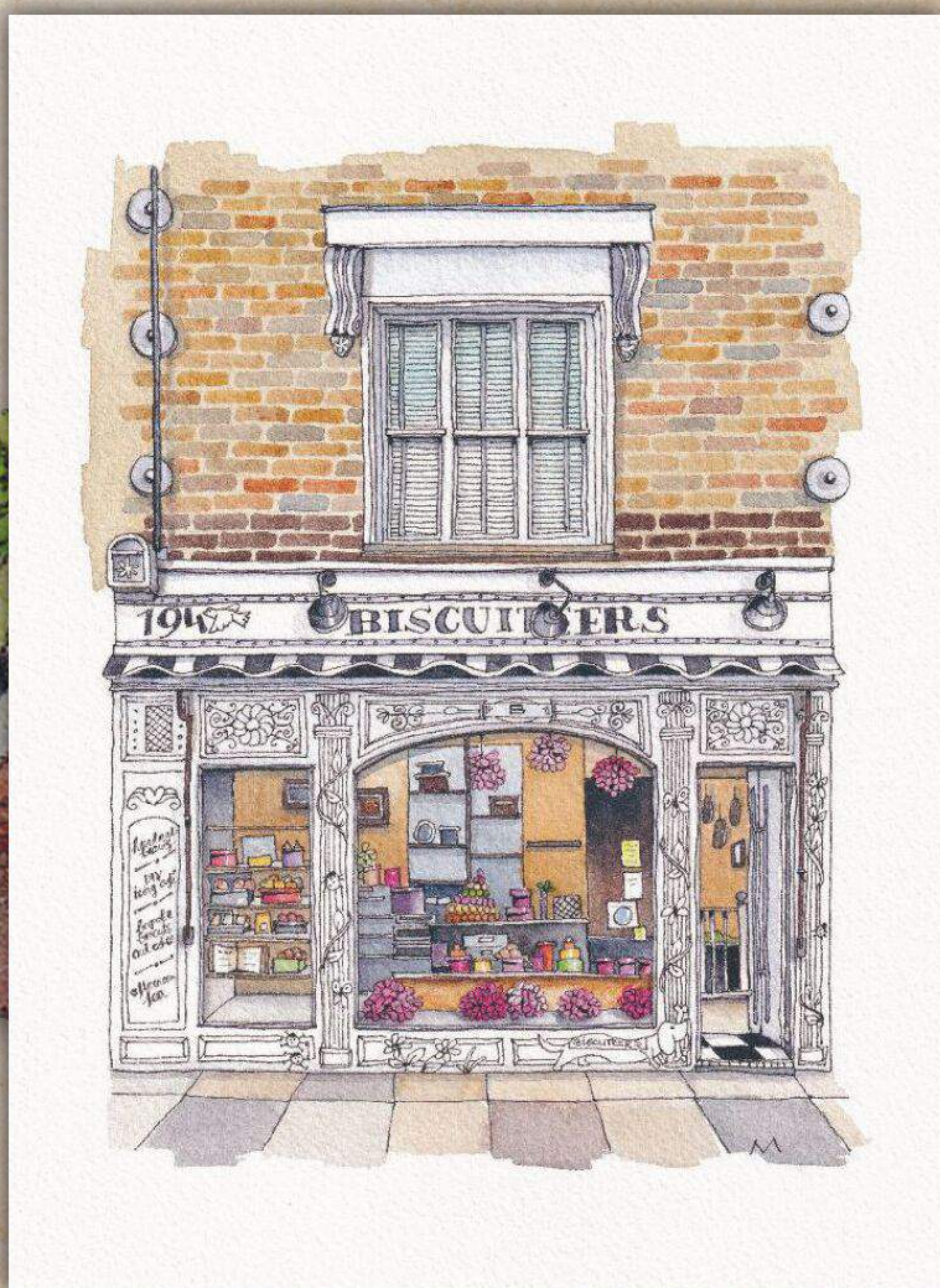
El resurgir del maquillaje de Dolce&Gabbana es un hecho. Además de colores vibrantes y texturas fáciles de aplicar, el *packaging* 'a la italiana' sigue siendo uno de sus puntos fuertes. Ejemplo perfecto es la paleta *Eye Dare You!*, con 12 tonos intensos en edición limitada (89 €; dolcegabbana.com).



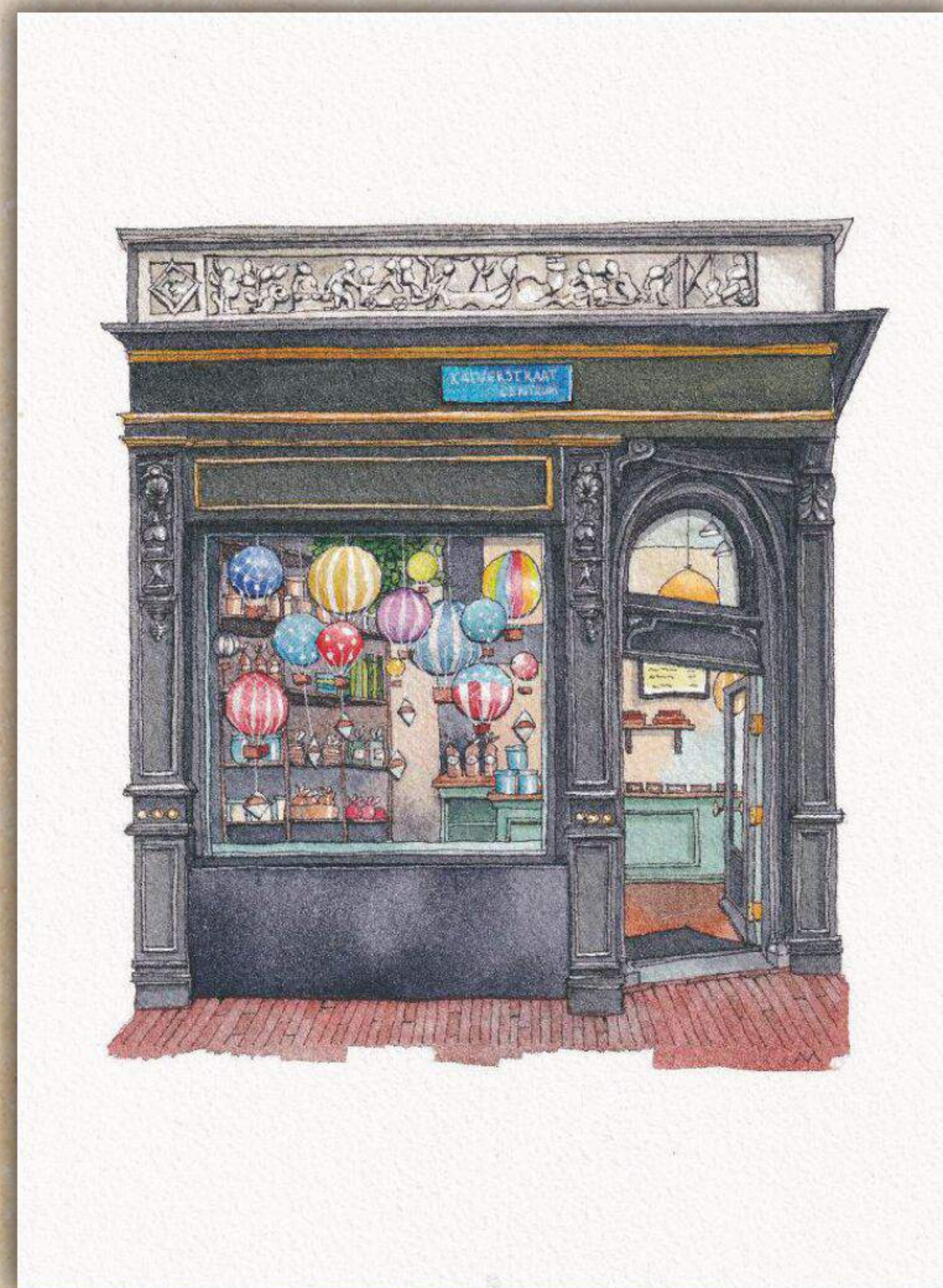


ESTE MES CON LA REVISTA
EL MUEBLE

3 LÁMINAS ORIGINALES Edición limitada

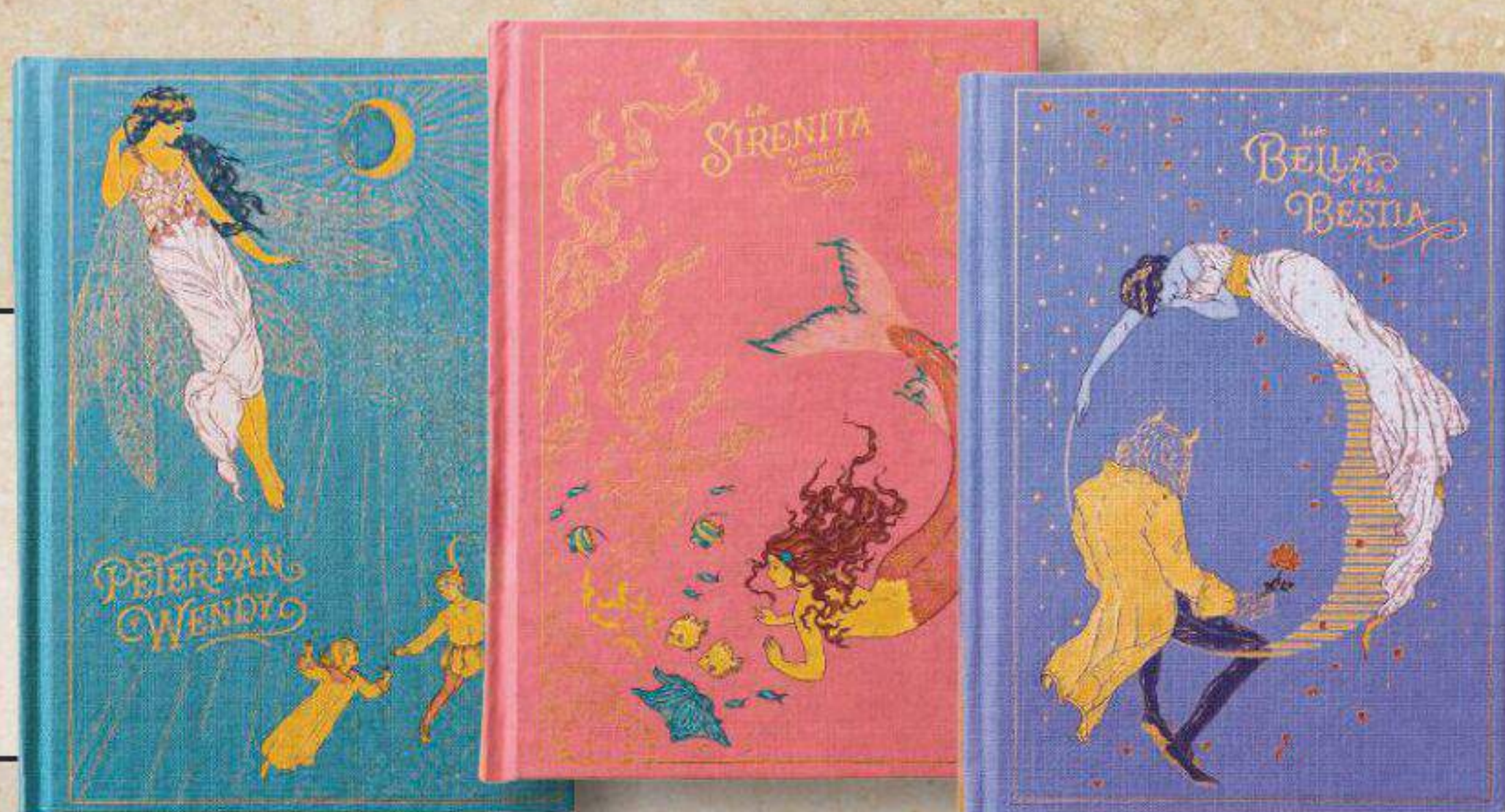


Acuarelas
exclusivas de **Urban
anna**



Y ADEMÁS UN PEQUEÑO
TESORO PARA TU CASA

RBA



HISTORIAS CLÁSICAS
CON BELLÍSIMAS ILUSTRACIONES
Peter Pan, La Sirenita, La Bella y la Bestia

el pulso

LA GUÍA DE ACTUALIDAD MÁS COMPLETA



Marcello Mastroianni posa con su hija Chiara, fruto de su relación con Catherine Deneuve, a comienzos de los 70.



TODO QUEDA EN FAMILIA

Amor de hija “Siempre me han dicho lo mucho que me parezco a mi padre”, confiesa Chiara Mastroianni, hija del gran Marcello y también intérprete. El 28 de septiembre se cumple el centenario del nacimiento del actor italiano y una semana antes, el 20, se estrena en cines la película **Marcello mio**, que cuenta como la propia Chiara, tras una crisis personal, decide ‘mutar’ en su padre, esto es, vestir como él, hablar como él, actuar como él. Coprotagoniza Catherine Deneuve.



Marta Belmonte

Su personaje de *Sueños de libertad* ejemplifica a la mujer inconformista y empoderada. Un papel muy 'goloso' y con mucha trama.

En *Sueños de libertad*, la serie diaria de Antena 3, interpreta a una rica heredera que, lejos de ser la comparsa del reparto principal, tiene su propia trama, también sentimental. Hablamos con Marta Belmonte (Barcelona, 1982) sobre su alter ego y las pasiones que despierta entre los muchos fans de la serie.

Tu personaje, con la que compartes nombre, es un poco nepobaby, ¿no crees? En el caso de los hijos de la familia De la Reina hay trampa, porque obviamente tienen unos privilegios y, ella en concreto, acceso a cosas que de otra manera, tal vez

por ser mujer en esa época, no hubiera tenido: ha podido estudiar, coquetea con el manejo de la empresa familiar... Es dueña de una posición, pero también de apariencias que la obligan a ser una señorita. No se lo han puesto nada fácil porque, vale, puede trabajar en la empresa familiar pero en ningún caso dirigirla.

Una mujer en un mundo de hombres empujada a demostrar lo que vale. ¿Te ha pasado a ti también que continuamente has de demostrar tu valía? La sensación de querer que te vean suele estar muy presente, sobre todo al principio de esta profesión. Yo me he relajado bastante a través de los años en eso de querer buscar y que lo que haces tenga una repercusión. Ahora es cuando más estoy disfrutando. *Sueños de libertad* me ha pillado en el momento adecuado.

El shippeo con los personajes de Marta y Fina trasciende fronteras. ¿Cómo lo llevas? Es muy gustoso, porque primero te sorprendes, luego alucinas... Y después no sabes si horrorizarte o seguir alucinando. En este caso las fans continúan teniendo claros los límites, son muy respetuosas y saben diferenciar entre las dos Martas. Alba Brunet (Fina) y yo estamos flipando. También te digo que fuera de redes sigo yendo en metro, en autobús... Cuando no pueda hacerlo, ya veremos. Espero que la repercusión nos traiga trabajo, porque para lo que sirve es precisamente para que alguien te proponga otros papeles.

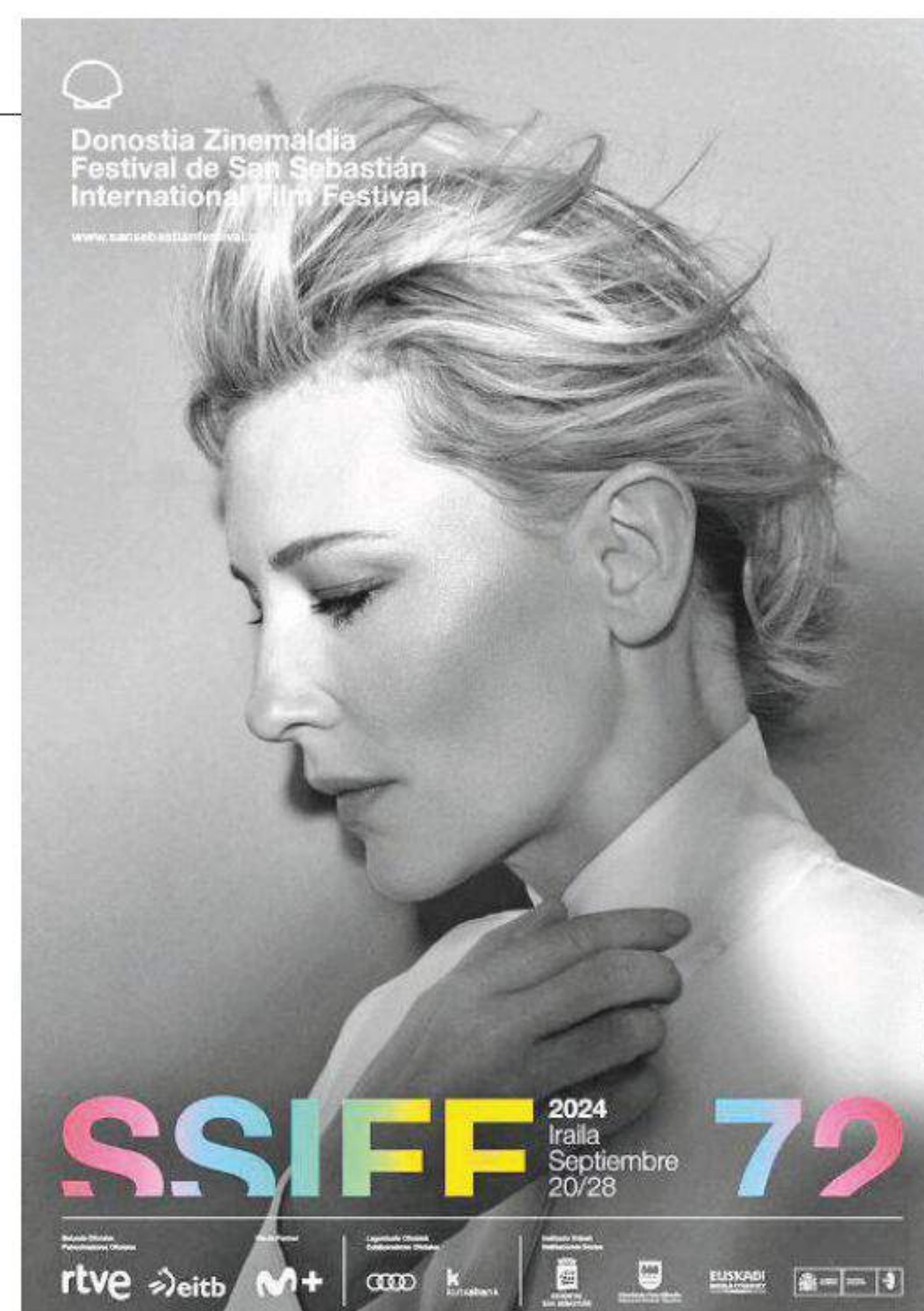
El mundo de la belleza en que se mueve tu personaje, ¿te interesa? Me interesa la belleza en cuanto a los cuidados, la cosmetología, la cirugía estética... Cotilleo y miro mucho cambios de imagen, operaciones, aunque luego no le dedico tiempo en mi vida personal. Me cuido la piel, pero

no voy maquillada en el día a día y soy muy reacia a ponerme bótox o cualquier cosa que impida el envejecimiento natural. Tampoco añado filtros a mis fotos; si ves alguna imagen mía con filtro es porque la ha subido otra persona. Estoy en contra, es más, creo que es algo que se nos está yendo de las manos.

¿Qué futuro ansiarías para tu personaje en la nueva temporada de la serie? Me encantaría que montara su propio negocio, que se separara de la familia y pudiera ser más autónoma, viajar y emprender en otra ciudad. En resumen, que saliera un poco del círculo donde está. ■

FIESTA DEL CINE

Del 20 al 28 de septiembre, San Sebastián se viste de gala para celebrar la 72 edición de su Festival de Cine. Un certamen que este año se presenta con una interesante cuota de protagonismo femenino. En la programación, películas como *Soy Nevenka* (dirige Icíar Bollaín con Mireia Oriol al frente) o *La virgen roja* (Najwa Nimri y Alba Planas dirigidas por Paula Ortiz). Además, Cate Blanchett recibirá el Premio Donostia durante la que será su primera visita a la ciudad.





50° ANIVERSARIO

Pedro del Hierro

Una exposición y el desfile que más expectativas ha despertado, puntos fuertes de los fastos de un cumpleaños que celebra la trayectoria del diseñador, pero también de la moda española.

Cincuenta años de vida no se conmemoran de cualquier forma. Y medio siglo es precisamente lo que cumple la firma Pedro del Hierro, nacida en Madrid en 1974. La efeméride tendrá su propia exposición –a partir del 10 de septiembre– en el Museo Lázaro Galdiano de la capital llamada *Pedro del Hierro: del maestro a la marca*, muestra que nos hará viajar hasta los inicios de la que aún ahora lleva el nombre de su fundador, el diseñador más joven en ingresar en la Cámara de la Moda Española. Amante de la elegancia clásica, Del Hierro supo combinar su pasión por el arte con la teatralidad que ya reivindicaba una Movida en sus albores. Gracias a la expo, podremos acercarnos a sus primeros bocetos, prendas y documentos (muchos de ellos fotográficos) que han sido testigos de la carrera de un diseñador, fallecido hace ahora nueve años, capaz de crear escuela.

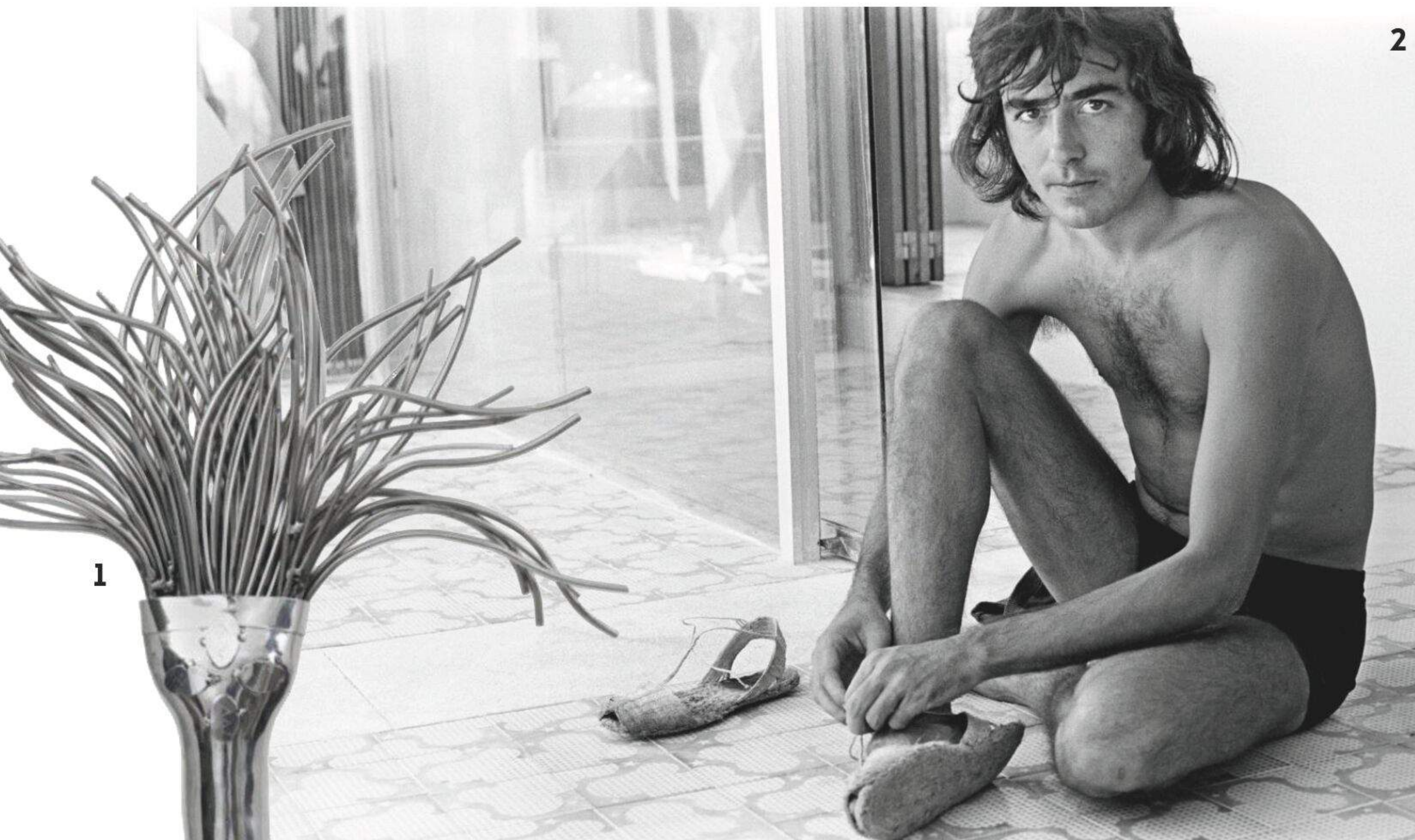
Para completar el homenaje, la firma volverá a desfilarse en la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (en una localización aún secreta) con una colección especial de Nacho Aguayo y Álex Miralles, actuales directores creativos de la marca, y con la que pretenden reflejar la devoción de su fundador por las diferentes expresiones culturales, cine y música incluidos.

PINCELADAS 1 Retrato de Pedro del Hierro realizado por Alejandro Cabrera en el año 86. 2 Bocetos procedentes de los archivos del diseñador. 3 y 4 Polaroids obtenidas en el backstage de los primeros desfiles de la firma, donde podemos ver a las modelos Helena Barquilla y Cristina Piaget luciendo algunas de las creaciones.



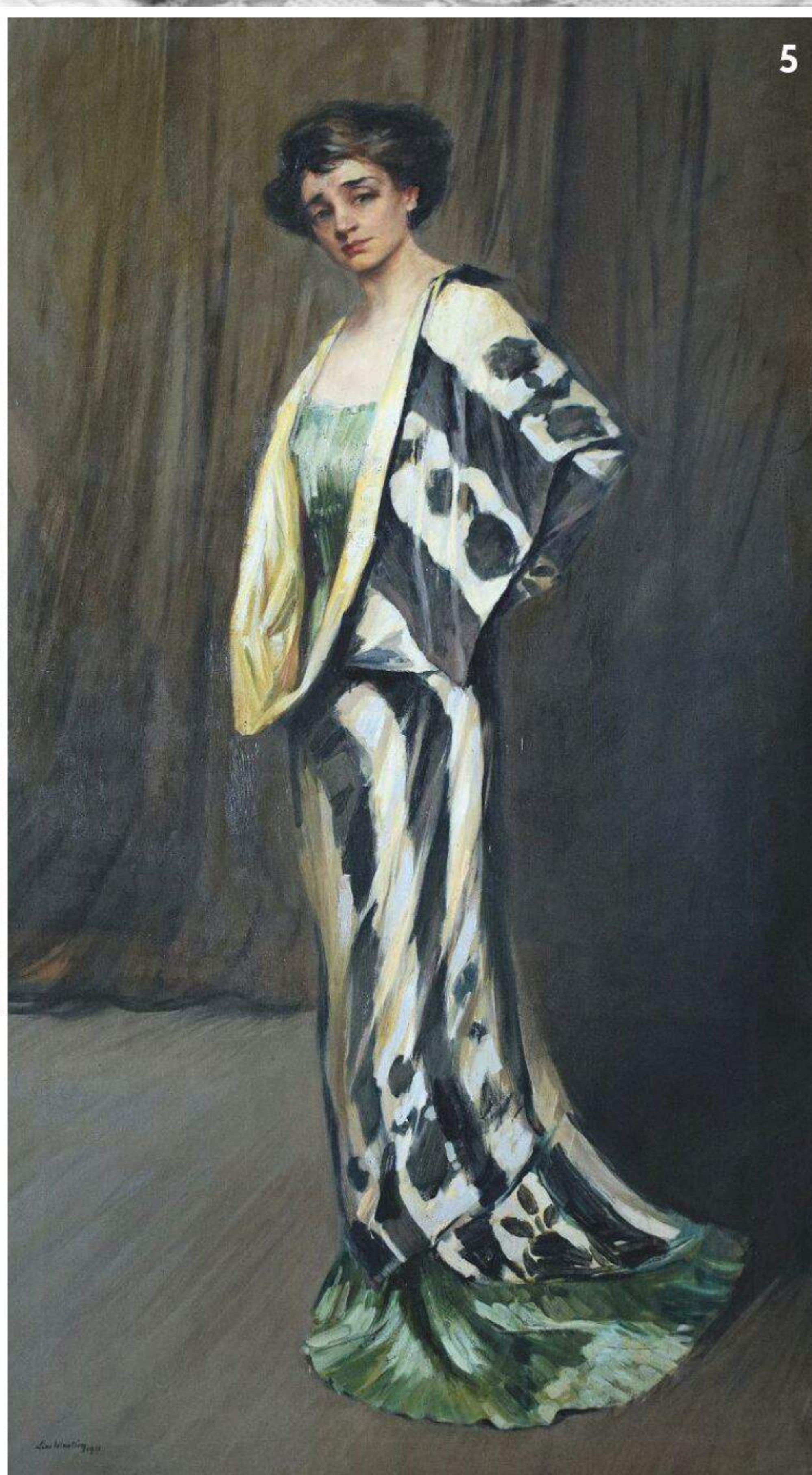
ARTEMANÍA

Las más variadas expresiones artísticas, capaces de encontrar convergencia entre distintos movimientos, y los retratos se cuelan en la agenda del mes.



1. ECOLOGÍAS DE LA PAZ

En el C3A de Córdoba (Carmen Olmedo Checa s/n) y desde el 27 de septiembre, la paz, la diversidad y la convivencia se convierten en sujetos artísticos gracias a obras como *Xaxara* (izda), firmada por Ayron Heráclito.



2. BIENNAL XAVIER MISERACHS

Hasta el 13 de octubre, la localidad catalana de Palafrugell acoge la Biennial de Fotografia Xavier Miserachs, que incluye una expo dedicada a la obra de la fotógrafa Colita, autora de este retrato de Joan Manuel Serrat.

3. CENTENARIO SURREALISTA

Así se llama la muestra que Loewe y la Fundación Loewe integran en PHotoESPAÑA 2024 y que recoge el impacto del surrealismo en la fotografía (hasta el 14 de septiembre en Leica Gallery, Ortega y Gasset 34). La imagen es *El Ojo*, de Lola Álvarez Bravo.

4. OR NORME

El 6 de septiembre, la *maison* Guerlain de París (68 avenue des Champs-Élysée) clausura la muestra que, en año olímpico, asume el oro como hilo conductor. 16 artistas despliegan su visión del preciado metal, uno de los más reverenciados en la historia de la firma.

5. DONNA, MUSA, ARTISTA

Y de París a Italia, donde el museo Villa Bassi Rathgeb (museovillabassiabano.it) de Padua inaugura el 14 de septiembre un singular tributo a la mujer a través de las pinturas que el artista Cesare Tallone realizó entre finales del siglo XIX y principios del XX, varias protagonizadas por su propia familia. Como ejemplo, junto a estas líneas, retrato de Emma Gramatica.

ROYAL MANSOUR CASABLANCA

Palacio histórico de Casablanca, que se convirtió ya en hotel en los 50 y que en 2024 renace como icono de excelencia. Situado en el centro urbano, en el número 27 de la avenida des Forces Armées Royales, cuenta con 149 habitaciones, decoradas con una mezcla de art déco y estilo árabe, una increíble zona de spa y tres restaurantes, uno de los cuales, llamado Le Grande Table Marocaine y especializado en cocina marroquí, tiene las vistas más privilegiadas de la ciudad (royalmansour.com).



¡Última llamada!

Apura los días que quedan del verano y regálale una *rentrée* exprés donde prime el *bon vivant*. Estas **TRES PROPUESTAS** atesoran el espíritu relajado de esas vacaciones que empezamos a añorar.

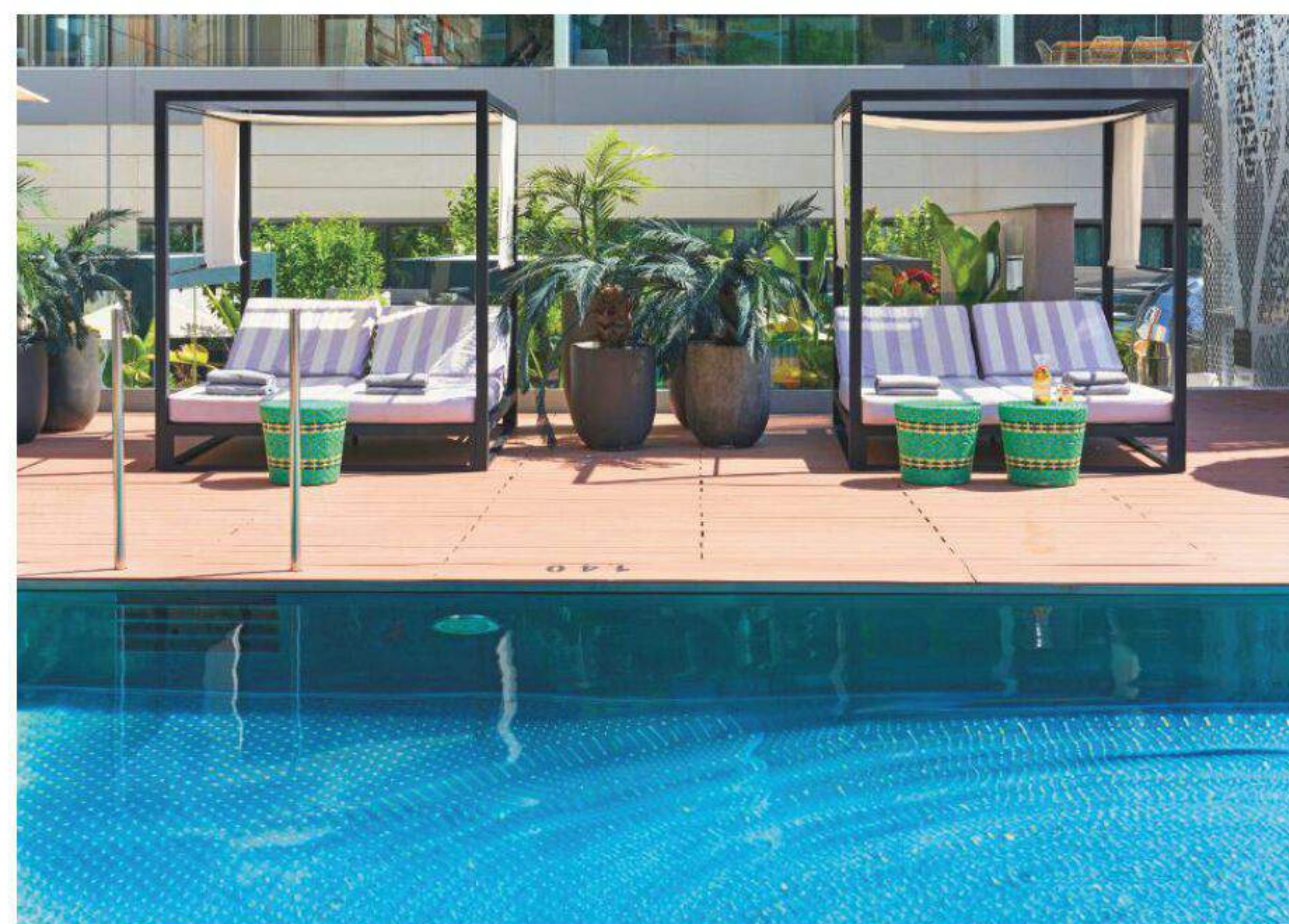


Habitación del hotel Royal Mansour Casablanca.



ONLY YOU SEVILLA

Ahora que las altas temperaturas comienzan a dar tregua, Sevilla recupera su posición de destino top. El hotel Only You está situado frente a la Estación de Santa Justa y en su interior se nota la mano del decorador Lázaro Rosa-Violán. Los más viajeros disfrutarán muchísimo con las propuestas internacionales del restaurante Trotamundos, cuya carta es prácticamente un cuaderno de bitácora gastronómico. Y sí, el hotel dispone de piscina en la planta baja, a pie del Limbo Cocktail & Pool Lounge (onlyyouhotels.com).



BARCELÓ IMAGINE

En la madrileña Plaza de Castilla (Agustín de Foxá, 32; barcelo.com), encontramos este hotel del grupo Barceló cuya filosofía reúne diseño, arte y música. Esta última es precisamente la protagonista de la decoración de unas habitaciones que homenajean con sus detalles a géneros como el pop, el jazz o el flamenco. Entre los (otros) puntos fuertes, la apuesta por una alimentación saludable, su increíble piscina y un sky lounge en la azotea que nos permitirá hacer más liviano el choque entre el tiempo de ocio y el de negocio.

¿QUIÉN ES QUIÉN?

TODO LO QUE LLEVA **BLANCA ZURITA** TIENE UN VALOR SENTIMENTAL Y SUS COMPRAS SON SIEMPRE EMOCIONALES. ¿SU OBJETIVO? PRENDAS Y ACCESORIOS CON SENTIDO.

Orígenes

“Los collares de perlas son todos de mis tías abuelas. Me encantan las perlas -siempre me acompañan, aunque descontextualizadas- porque creo que favorecen mucho. Y llevo también mi cruz de Pelayo, mi cruz asturiana, de la que no me separo nunca. El colgante grande plateado es un sonajero de mi madre y cuando voy andando, suena. Así la gente sabe que llevo.”

Más perlas

“Los anillos que llevo son de Beatriz Palacios. En el meñique siempre me pongo este de perlititas que se da la vuelta y es como un secreto. Me gusta mucho lo que hace Beatriz, porque juega con las perlas y con lecturas de las tipologías antiguas revisitadas. Me gusta esa revisión transgresora de materiales clásicos”; (beatrizpalacios.com).

Como en casa

“Es un pantalón de pijama de Baruc Corazón que puede datar fácilmente del año 2000. Se trata de una seda muy bonita y un estampado precioso y me pongo ambas piezas juntas y separadas. Me gusta mucho comprar a gente que conozco”; (baruc.com).

BLANCA ZURITA, EMPRESARIA, ANTICUARIA Y CONSULTORA DE MODA

“Lo que me pongo tiene que ver con mi vida”, sentencia. Una vida profesional dedicada a la moda desde hace 30 años. Comenzó como anticuaria, pero su rumbo dio un giro gracias a la mujer de Roberto Torretta, que la fichó para trabajar en su tienda. Después vino una etapa en otra marca, la mítica Piamonte, de Madrid, y de ahí, el salto a la comunicación con el diseñador Miguel Palacio. En 2002 monta el despacho que lleva su nombre, con clientes como Lemoniez al que siguieron otros grandes de la moda española (especialidad de Blanca), entre ellos Duyos, Alvarno o Marcos Luengo.

La sustituta

“La camisa tipo esmoquin es vintage y sustituye a una que tenía de mi abuelo, que me puse hasta que se abrió y rajó el algodón de lo viejita que era y la tuve que tirar. La reemplacé por esta, más oversized.”

Sello de autor

“Los zapatos son de Magro Cardona, dos chicas maravillosas, Irene y Ana, a las que adoro y que han luchado mucho por su historia. Tienen éxito en Nueva York y una clientela muy fiel en Chueca. Su identidad está muy clara, con un precio justo y una calidad y un diseño increíbles”; (magrocardona.com).



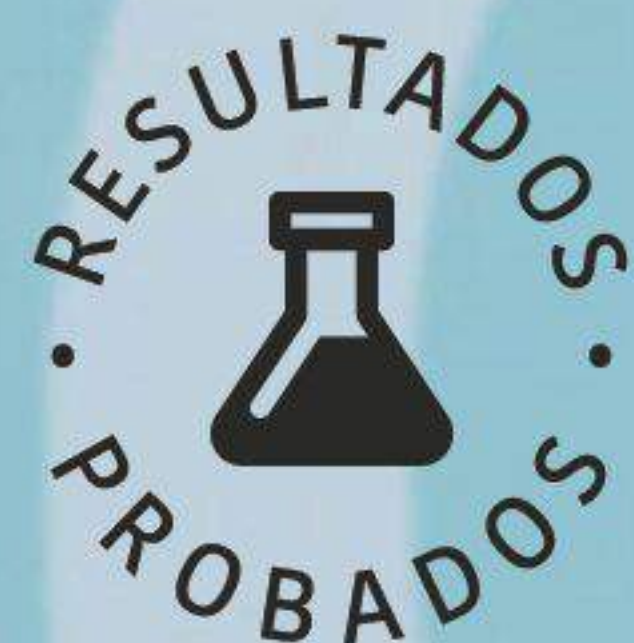
¡NOVEDAD!

PLANTA CARA A LOS GRANOS

**LA RUTINA
ANTIIMPERFECCIONES
MÁS COMPLETA**

80%

**Menos
imperfecciones***



**LIMPIADOR
PURIFICANTE**



**DISCOS TÓNICO
EXFOLIANTES**



**SÉRUM
PREVIENE
Y CORRIGE**



**CREMA
OIL CONTROL**

www.irohanature.com

-15% DTO CÓDIGO CUPÓN: **09IN**

El cupón no será válido para artículos rebajados y no podrá utilizarse en combinación con otros cupones. Válido hasta 15/10/2024
*% Grado satisfacción, 10 usuarios, después de usar la rutina completa de productos mañana y noche durante 28 días



¡Visita nuestra web!

Lock by Tiffany

Un icono atemporal inspirado
por un broche creado en 1883.

Una expresión de la eterna
protección del amor.



Tiffany.com | © 2024 T&CO.

With love, Since 1837 **TIFFANY & CO.**